



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 3321-3333

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Strategi *Customer Service* dalam Menghadapi Keluhan Nasabah (*Handling Complaint*) di BMT Al-Arsyadi Samboja

Sapi'i

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STEI) Al-Arsyadi Kalimantan Timur

Email: [muhammadsyafii980@gmail.com](mailto:muhammadsyafii980@gmail.com)

### Abstrak

Keberadaan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) dikenal sebagai salah satu lembaga keuangan mikro. Berbagai strategi dilakukan oleh setiap Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) ketika memenangkan persaingan pasar. Agar loyalitas nasabah terjaga, maka segala masalah yang dihadapi oleh pelanggan seharusnya diselesaikan secara baik serta memberikan kepuasan bagi nasabah itu sendiri. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian terapan, objek penelitian yakni strategi *customer service dalam handling complaint*, subjek penelitian adalah *customer service* dan manager BMT Al-Arsyadi Samboja, teknik pengumpulan data memakai observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil penelitian berikut ada lima strategi utama *customer service* BMT dalam menghadapi keluhan nasabah, yaitu 1) mengadakan pelatihan berupa *Roll-play*, 2) bersikap tenang, sabar serta berbicara dengan bahasa yang baik dan benar, 3) menunjukkan sifat empati seorang *customer service*, 4) menawarkan bantuan sertamemahami kebutuhan yang diinginkan nasabah, dan 5) mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan. Kata Kunci: *Strategi, Customer Service, Complaint Handling*

## Abstract

The existence of Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) is well known as one of the microfinance institutions. Various strategies are carried out by each Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) in winning the competition in the market. In order for customer loyalty to be maintained, all problems faced by customers must be resolved properly and provide satisfaction for the customers themselves. This research uses the type of applied research, the object of research is the customer service strategy in handling complaints, the research subjects are customer service and manager of BMT Al-Arsyadi Samboja, data collection techniques through observation, interviews and documentation. The results of this study are there are five main strategies of BMT customer service in dealing with customer complaints, namely 1) conducting training in the form of Roll- play, 2) being calm, patient and speaking in good and correct language, 3) showing the empathetic nature of a customer service, 4) offering help and understanding the needs of the customer, and 5) being able to convince customers and provide satisfaction.

Keywords: *Strategy, Customer Service, Complaint Handling*

## PENDAHULUAN

Perusahaan mana pun terkadang menghadapi persaingan yang ketat mengikuti perkembangan zaman. Era globalisasi sekarang ini, suatu instansi atau perusahaan untuk mencapai kesuksesan, maka harus berinovasi menjadi perusahaan seperti perusahaan pesaing yang lebih unggul. Pelayanan adalah kegiatan yang dilaksanakan untuk memberikan kepuasan bagi klien, pelayanan bisa dilakukan secara langsung, maknanya karyawan berhubungan langsung dengan pelanggan. Dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah, ada hal yang harus diperhatikan yakni kepuasan nasabah tentang layanan yang diberikan. Sebelum memahami dan melakukan pekerjaannya, *customer service* harus memahami konsep tugas penting pekerjaannya sehari-hari. Memahami konsep pelayanan akan menjadi kunci bagi seorang *customer service* untuk dapat melayani pelanggan secara efektif. Kata pelayanan secara etimologis berarti "tindakan memenuhi keperluan orang lain; pelayanan merupakan pelayanan dasar yang diberikan kepada nasabah, yang tidak kasat mata dan tidak dapat dimiliki".

*Customer service* adalah perantara antara pelanggan dan bisnis dalam menanggapi kebutuhan nasabah, termasuk menerima keberatan atau keluhan yang ditanggapi serta memberikan nilai kepuasan nasabah tinggi *customer service* mampu menumbuhkan komitmen pelanggan dan membuat nasabah atau pelanggan tetap bertahan di perusahaan. Strategi *customer service* sangatlah penting dalam mempertahankan nasabah dan berpengaruh pada kemajuan perusahaan. Maka strategi tersebut harus dibekali dengan berbagai keahlian.

Keberadaan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) telah dikenal bagaikan perusahaan finansial

mikro, sehingga menjadi perkembangan yang kuat bagi lembaga ekonomi dan keuangan syariah. BMT merupakan balai usaha mandiri sistematis yang berisi tentang aktivitas memajukan usaha-usaha profitabel serta pemodalannya guna menumbuhkan karakteristik aktivitas perniagaan wirausaha kecil bawah serta kecil dengan antara lain menstimulasi aktivitas menyimpan dan menyokong pendanaan aktivitas ekonominya.

BMT Al-Arsyadi Samboja salah satu instansi finansial kecil adalah perkembangan yang kuat bagi instansi ekonomi dan keuangan syariah telah memberikan pelayanan terbaik dalam melayani nasabahnya dan dalam pengamatan penulis BMT Al-Arsyadi Samboja memiliki nasabah yang terbilang cukup lumayan banyak. Dengan nasabah yang relatif banyak, BMT Al-Arsyadi Samboja akan berusaha meningkatkan dan memaksimalkan pelayanan kepada nasabah dan berusaha sebaik mungkin memberikan solusi serta menerima keluhan dari berbagai nasabah yang mengajukan keluhan, walaupun BMT Al-Arsyadi Samboja hanya ada satu di Samboja namun BMT Al-Arsyadi Samboja tersebut tetap mampu mempertahankan eksistensinya.

Berbagai strategi dilakukan oleh setiap Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam memenangkan persaingan di pasar. Komitmen peserta yang semakin meningkat adalah ketentuan yang harus dilaksanakan oleh BMT, lantaran menjaga loyalitas peserta BMT maka keberadaan BMT senantiasa terlindungi. Menghasilkan dan melindungi peserta yang berkomitmen adalah hal utama yang harus dilakukan oleh setiap organisasi. Dalam hal ini adalah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT), khususnya komitmen nasabah, dimana dalam mengumpulkan dananya, BMT harus mendapatkan kepercayaan yang baik dari anggota atau nasabahnya. Jika dicermati, masyarakat sudah semakin cerdas dan selektif dalam mempercayakan instansi finansial yang akurat untuk mengumpulkan dana mereka. Selain kepercayaan dari nasabah, kepuasan nasabah juga sebagai pembatas komitmen anggota.

Beberapa permasalahan di atas dapat diselesaikan dengan memiliki strategi yang baik oleh *customer service*, yaitu melalui *complain handling*. *Complain handling* adalah salah satu langkah untuk melindungi interaksi baik dengan anggota. Kemampuan *customer service* guna menghindari kegagalan layanan dan keluhan cenderung memiliki harapan yang tinggi terhadap kepuasan nasabah secara keseluruhan. Handaruwati menemukan bahwa penanganan konflik berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap retensi konsumen.

Banyak penelitian yang mengkonfirmasi pentingnya strategi dalam menghadapi masalah nasabah. Penelitian menyeluruh yang telah dilaksanakan oleh Bain & Company terhadap sejumlah industri jasa di Amerika diperoleh hasil bahwa loyalitas pelanggan berhubungan positif dengan daya laba perusahaan. Supaya bersikukuh di tengah

kompetisi yang semakin selektif di dunia bisnis, retensi pelanggan adalah hal yang sangat krusial bagi bidang usaha. Sebuah organisasi atau institusi harus terus menerus mengadaptasi strategi dan teknik yang lebih baik untuk akhirnya merebut klien yang sudah terbiasa dengan organisasi, sehingga menarik pelanggan potensial di masa depan. Masa depan, terutama di daerah di mana industri perbankan seperti BMT Al-Arsyadi Samboja sebagai lembaga keuangan syariah yang beroperasi dan berkembang pesat. Oleh karena itu, identifikasi tentang bagaimana nasabah ini dapat dipengaruhi melalui berbagai faktor yang dipertahankan dalam bisnis seseorang seperti, citra perusahaan, penanganan keluhan, insentif pelanggan kepercayaan, dan fasilitas menjadi sangat penting untuk mencapai aspirasi tersebut. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengusung judul "Strategi *Customer Service* dalam Menghadapi Keluhan Nasabah (Handling Complaint) di BMT Al-Arsyadi Samboja".

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yakni penelitian terapan, dimana penelitian yang dilaksanakan berhubungan dengan penyelesaian masalah serta hal-hal praktis, penerapan dan pengembangan pengetahuan dari penelitian dasar dalam kehidupan nyata. Data yang dihimpun dari penelitian ini yakni data kualitatif merupakan data dalam bentuk deskripsi atau gambar, sehingga tidak memfokuskan pada angka. Objek dari penelitian ini adalah strategi *customer service* dalam menghadapi keberatan nasabah (Handling Complaint). Subjek dari penelitian ini yakni *customer service* BMT Al-Arsyadi Samboja. Teknik pengumpulan data yang dipakai merupakan pengamatan, interviu dengan *manager* dan *customer service* BMT Al-Arsyadi Samboja untuk mendapatkan strategi *customer service* dalam menghadapi keluhan nasabah. Data yang terkumpul dari penelitian ini kemudian dianalisis dan dideskripsikan sehingga dapat memudahkan orang lain memahaminya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Customer Service*

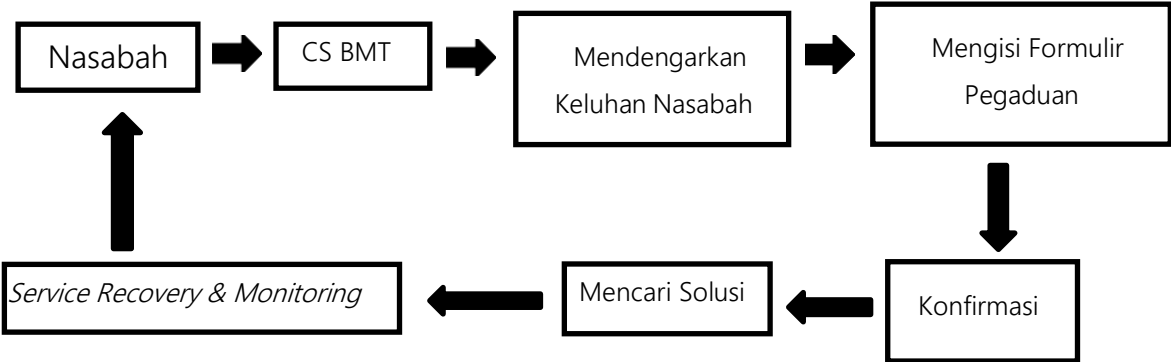
*Customer service* menurut kasmir yaitu aktivitas yang bertujuan untuk menghadirkan rasa kepuasan bagi pelanggan melalui pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dari nasabah. *Customer service* pada instansi finansial dalam praktiknya mempunyai peran sebagai: a) Resepsionis, *Customer service* mempunyai kewajiban untuk menerima tamu atau nasabah yang datang ke instansi; b) Deskman, *Customer service* mempunyai kewajiban selaku bagian yang memberikan fasilitas pada nasabah di bermacam-macam produk yang disajikan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan; c) Salesman, *Customer service*

mempunyai kewajiban sebagai penyelenggara dari cross selling serta mempunyai kewajiban guna memasarkan produk instansi finansial; d) Customer Relation Officer, Customer service adalah bagian yang berwenang untuk terus membangun korelasi baik dengan nasabah, termasuk menganjurkan nasabah agar nantinya menetapkan untuk bertahan; e) Komunikator. Customer service adalah penghubung antara nasabah dengan instansi finansial sehingga customer service mempunyai peran untuk mengontak dan memberikan informasi terkait keseluruhan yang berhubungan antara nasabah dan instansi finansial.

Strategi Costumer Service Dalam Handling Complaint

Dalam pelaksanaan kegiatan bisnisnya, BMT Al-Arsyadi samboja pernah mendapatkan keberatan dari nasabah. Pihak pertama yang menerima keberatan adalah *custumer sevice*. *Costumer service* sebagai garda terdapan dalam BMT Al-Arsyadi Samboja harus melayani keluhan yang diberikan nasabah. Berlandaskan beberapa fungsi tersebut, *custumer service* selaku *unit front line* dalam suatu BMT Al-Arsyadi Samboja harus mampu menangani keberatan serta mencari solusi permasalahan yang tengah dihadapi nasabahnya. Hal ini disebabkan nasabah adalah raja yang memiliki makna semua keinginan dan kebutuhan sang raja harus terpenuhi, namun masih dalam batasan yang lazim dalam berbudi perkerti serta bermoral, yakni dengan tanpa merendahkan martabat diri seorang *costumer service* selaku pihak pertama yang langsung berkorelasi dengan nasabah. Permasalahan yang di hadapi pihak nasabah harus segera diselesaikan dengan cekatan dan akurat, ketika tak kunjung diselesaikan dengan baik oleh pihak BMT Al-Arsyadi Samboja akan menyebabkan pertikaian yang pada akhirnya dapat membebani nasabah dan merendahkan reputasi BMT Al-Arsyadi Samboja

Prosedur atau Alur *Handling Complaint* BMT Al-Arsyadi Samboja



Secara terperinci alur nasabah dalam menyampaikan keluhannya menurut manager BMT Al-Arsyadi Samboja sebagai berikut: a) Nasabah medatangi kantor BMT Al-Arsyadi Samboja; b) Nasabah akan melakukan pengaduan ke *customer service*, dengan aturan lisan maupun tertulis; c) Seorang *customer service* mendengarkan keberatan apa saja yang disampaikan nasabah kepada *customer service*; d) Selepas mendengarkan keluhan dari nasabah, nasabah dimohon mengisi formulis pengaduan oleh *customer service*; e) *Customer service* memvalidasi kembali keberatan nasabah; f) Setelah di proses, *customer service* mencari solusi sesuai keluhan nasabah; g) Seorang *customer service* melaksanakan *service recovery* dimana *service recovery* ini dapat dilaksanakan dengan cara menghadaiahkan *gift* ke nasabah agar tetap setia; h) Tatkala penyelesaian sudah ditemukan, maka seorang *customer service* memiliki kewajiban untuk memvalidasi kembali ke nasabah, bahwasanya pengaduan telah terselesai.

Keluhan atau complain dari nasabah umumnya terdapat dua jenis, yakni adanya keluhan secara tertulis dan lisan. Adapun keberatan yang sering disampaikan nasabah BMT Al-Arsyadi Samboja pada *costumer service* adalah keluhan terhadap layanan kadang menunggu karena nasabah menunggu. Oleh karena itu guna meminimalisir permasalahan terkait keberatan nasabah tersebut hingga dibutuhkan rencana dalam menyelesaikan keberatan yang baik. Strategi adalah salah satu faktor paling penting yang di butuhkan dalam sebuah instansi supaya mampu bergerak secara mulus dalam periode yang cukup lama. Guna menanggapi keberatan yang ada maka diperlukan strategi serta prosedur yang dilaksanakan oleh *costumer service* BMT Al-Arsyadi Samboja mengacu pada Standar Operasional Prosedur (SOP) fasilitas. Hal ini disebabkan dengan memakai mekanisme layanan yang telah selaras dengan tolak ukur yang berlangsung maka mempermudah para penyelenggaranya dalam mengaktualisasikan kewajiban atau pekerjaan yang lebih profitabel.

Hal ini selaras dengan pendapat Ibu Siti Wahdah sebagai *customer service*, yakni: *"untuk pelaksaan pelayanan di BMT Al-Arsyadi Samboja ini, kita memang mengutamakan pelayanan untuk kenyamanan nasabah itu sendiri, jadi kalau untuk pelayanan itu sudah kita berikan service yang semaksimal mungkin dari penyambutan ketika dia masuk menuju customer service sudah diberikan pelayanan yang nyaman sehingga nasabah leluasa bertransaksi kepada saya"*.

Selanjutnya Ibu Siti Wahdah juga menambahkan, *"jadi tolak ukur dari pihak kita untuk menanggapi komplain salah satu strategi kita itu yaitu service yang terbaik, jadi kenyamanan nasabah bukan hanya satu transaksi tapi juga saat mendapatkan jawaban-jawaban dari komplain yang diajukan, jadi pastinya sangat membantu dalam memajukan*

*angka pengguna jasa”.*

Bapak Ihsan Muslim selaku *operation manager* BMT Al-Arsyadi Samboja juga menambahkan, yaitu dapat dipahami bahwa salah satu strategi *customer service* terutama strategi pelayanan sangat membantu dalam menanggapi complain yang datang, pihak *customer service* dapat memberikan jawaban dan dapat mengatasi dengan baik complain dari nasabah yang ada, dari segi strategi ini tentunya dapat memajukan angka pengguna jasa dalam dunia peran BMT Al-Arsyadi Samboja.

Ibu Siti Wahdah juga menambahkan, tentang Strategi untuk menghadapi keluhan nasabah, yaitu *“untuk strategi sudah melingkup semua pelayanan yang ada di BMT Al-Arsyadi Samboja, bukan dibuat-buat. Tahapan-tahapan nya kurang lebih dari SOP pelayanan contohnya senyum, sapa, salam. (cara customer service menghadapi atau menangani keluhan nasabah) jadi dari kita bagaimana cara kita agar nasabah itu mau mengikuti, sabar mendengarkan apa yang di sarankan”.*

Dari pemaparan yang diutarakan oleh Ibu Siti Wahdah sebagai *customer service*, dapat dipahami bahwa strategi yang digunakan *customer service* BMT Al-Arsyadi Samboja tidak jauh dari tahapan-tahapan atau peraturan dari SOP pelayanan, alur kerjanya harus sesuai SOP, untuk strategi sudah ada di standar SOP dan setelah itu pribadinya masing-masing cara mereka melayani nasabah.

Menurut Ibu Wahdah selaku *customer service* ada beberapa kendala dan hambatan seperti yang diuraikan sebagai berikut: *“kendala yang dihadapi hampir tidak ada dikarenakan pelayanan yang diberikan customer service disini dikondisikan guna membantu nasabah”.*

Kemudian ditambahkan pula oleh bapak Ihsan Muslim, selaku *operation manager*, sebagai berikut: *“mungkin ada beberapa kasus gangguan yang kadang terjadi, seperti pada saat customer service melayani nasabah tiba-tiba datang nasabah baru yang ingin didahulukan untuk mendapatkan pelayanan, namun kita tampung agar tidak menyimpang dari kebijakan kita sesuai dengan garisnya apapun itu dengan tetap memperhatikan resiko-resiko yang muncul, karena BMT Al-Arsyadi Samboja ini Cuma ada satu di Samboja dan customer service nya pun hanya ada satu, jadi kita sebisa mungkin atau semaksimal mungkin melayani nasabah dengan baik dan nyaman”.*

Strategi *customer service* dalam menghadapi keluhan nasabah di BMT Al-Arsyadi Samboja, yaitu dalam menghadapi tuntutan persaingan di dunia usaha saat ini, terutama bagi lembaga keuangan seperti BMT Al-Arsyadi Samboja, penerapan strategi *customer service* merupakan salah satu aspek yang bisa dibilang cukup penting harus diperhatikan dan di *manage* sebaik mungkin pada setiap dan tahap prosesnya, setiap BMT Al-Arsyadi

Samboja mengharuskan mampu sebaik mungkin melindungi nasabah lama serta memikat nasabah baru melalui berbagai macam strategi terutama pada strategi pelayanan *customer service* yang menjadi bahasan utama peneliti saat ini. *Customer service* merupakan peran yang sangat penting dan salah satu cerminan yang baik untuk membangun komunikasi yang baik antara BMT Al- Arsyadi Samboja dan nasabah, serta salah satu hal yang dapat meningkatkan eksistensi suatu BMT Al-Arsyadi Samboja di mata publik. Sebagaimana yang peneliti temukan saat melakukan penelitian di BMT Al-Arsyadi Samboja.

Bagi BMT Al-Arsyadi Samboja, menurut Bapak Ihsan Muslim Selaku *branch manager*, menggunakan strategi *customer service* adalah salah satu strategi pelayanan yang memungkinkan mampu menarik *market share* dengan memberikan kepuasan kepada seluruh pelanggan dan membuat pelanggan tetap merasa nyaman menjadi nasabah di BMT Al-Arsyadi Samboja, dengan hal ini BMT Al-Arsyadi Samboja juga dapat memiliki akses yang luas kepada nasabah jika nasabah mengajukan keluhan karena dilakukan secara *face to faced* dengan nasabah. Akses yang dimaksud disini adalah akses dalam mendapatkan informasi dari nasabah melalui pendekatan *persuasive* dan *komunikatif*, aspek yang terpenting guna dilaksanakan melalui pemberian fasilitas yang optimum kepada nasabah yang sedang mengajukan keluhan.

Salah satu aspek penting dalam melaksanakan bisnis yakni sebuah pelayanan terhadap nasabah. Pelayanan yang ditujukan untuk *customer service* harus selaras dengan standarisasi yang telah diberikan. Ada 5 (lima) strategi utama guna memajukan pelayanan dan menghadapi keluhan pelanggan di BMT Al-Arsyadi Samboja di antaranya sebagai berikut:

1. Mengadakan penataran berupa *Roll-play*, *Roll-play* yakni bentuk pertimbangan yang bertujuan untuk mengoptimalkan sebuah pelayanan yang diperoleh nasabah, melalui menyapa, berbicara menenalkan produk-produk BMT Al- Arsyadi Samboja. Selain itu *Roll-play* ini bertujuan supaya *customer service* tetap pada jalur SOP yang telah ditentukan dan penataran ini juga berguna untuk *me-refersh* kinerja *customer service* yang hampir setiap hari bertatap muka dengan nasabah, supaya *customer service* mengerti perilaku nasabah sehingga mengetahui apa yang sebenarnya diperlukan oleh nasabah tersebut. Selain itu pelatihan ini juga guna mengetahui strategi menghadapi atau mengatasi nasabah yang mengajukan *complain* kepada *customer service*;
2. Bersikap tenang, sabar serta berbicara menggunakan bahasa yang baik dan benar, Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan bersahaja dan sabar dalam menghadapi keberatan nasabah petugas *customer service* tidak boleh langsung

menjawab keluhan, akan tetapi harus memaklumi masalah serta mengakui hak nasabah untuk menyampaikan keberatan nasabah yang ada. Saat berkomunikasi dengan nasabah menggunakan bahasa Indonesia yang baik, suara yang dipakai harus jelas dalam arti mudah dimengerti dan tidak menggunakan istilah-istilah yang sukar dipahami;

3. Menunjukkan sifat empati seorang *customer service* harus mampu menunjukkan empati terhadap nasabah serta meminta maaf atas ketidaknyamanan yang terjadi atau dialami oleh nasabah serta dilaksanakan dengan baik dengan tidak menyela pembicaraan;
4. Menawarkan bantuan serta memahami kebutuhan yang diinginkan nasabah, sifat yang sepenuhnya dituntut pada *customer service* guna mengajukan bantuan kepada nasabah yang menghadapi kesukaran, dengan mengajukan bantuan dapat memberikan penilaian terhadap *customer service* dan harus tahu apa yang dilakukan dan dilaksanakan selaras dengan kebutuhan nasabah;
5. Kemampuan dalam meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan dapat membuat nasabah percaya dengan argumen-argumen yang logis selain itu juga petugas *customer service* juga harus dapat memberikan kepuasan terhadap pelayanannya.

Sebagaimana diketahui dari 5 (lima) strategi utama pelayanan pada BMT Al-Arsyadi Samboja sudah terlaksanakan dengan baik. Dengan kata lain bahwa pelayanan yang diberikan oleh customer BMT Al-Arsyadi Samboja yang sudah dijabarkan termasuk dalam katagori yang baik serta telah sebanding dengan SOP *customer service* dan sesuai apa yang diinginkan oleh nasabah sehingga mampu memperoleh penghargaan yang baik dari nasabah. Menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah dengan tata cara yang benar serta berbicara sesuai dengan strategi yang diterapkan membuat nasabah merasa nyaman. Komunikatif, memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah dengan tata metode yang benar serta berbicara dengan halus. Senyum dalam memberi pelayanan kepada nasabah menciptakan rasa nyaman yang dianggap sebagai sedekah. Selalu mengucapkan salam dan memberikan sapaan adalah tanda penghormatan kepada nasabah guna memberikan pelayanan terbaik.

Strategi yang digunakan oleh *customer service* BMT Al-Arsyadi Samboja dalam menghadapi keluhan nasabah memberikan kemudahan kepada para nasabah, karena *customer service* adalah narahubung bagi BMT Al-Arsyadi Samboja dengan nasabah yang ingin memperoleh pelayanan serta solusi terhadap kendala yang dihadapi, keluhan yang diajukan nasabah telah di proses dengan baik oleh BMT Al-Arsyadi Samboja dengan

beberapa prosuder dan alur *handling complaint* yang disusun dengan baik, namun ada beberapa keluhan nasabah yang tidak dapat ditangani atau tidak dapat teratasi dengan baik oleh pihak BMT Al-Arsyadi Samboja sampai beberapa jam lamanya. Oleh karena itu BMT Al-Arsyadi Samboja berhak dan sepadan dalam menjaga segala performa yang telah diraih baik secara tertulis dan tidak tertulis, sebagai BMT Al-Arsyadi Samboja yang berdasarkan syariat islam yang selalu mengoptimalkan pelayanan serta sarana yang nyaman serta penyediaan produk dan jasa peran BMT Al-Arsyadi Samboja yang menyeluruh. Selaras dengan ajaran syariah serta tidak berlawanan dengan peraturan pemerintah. Memperhatikan para nasabahnya dengan metode menciptakan komunikasi yang baik antara pihak BMT Al-Arsyadi Samboja kepada nasabahnya.

Adanya pelaksanaan pelatihan komunikasi kepada customer service guna mempermudah kewajibannya dalam berkorelasi kepada nasabah, yang mana hal ini harapannya dapat memberikan nasabah pemahaman pada kondisi BMT Al-Arsyadi Samboja. Adapun contoh implementasi pelatihan ini seperti memberikan pembelajaran atau instruksi terkait tata cara penyajian informasi dengan sopan santun yang baik, jujur, serta berbudi yang disampaikan oleh *customer service*.

Pelayanan yang diberikan *customer service* harus selaras dengan standarisasi yang sudah diberikan di antaranya adalah:

1. Harus memiliki penampilan yang baik, karena penampilan adalah hal pertama dilihat oleh nasabah saat ingin menyampaikan keluhan terhadap BMT Al-Arsyadi Samboja, dengan penampilan seorang petugas *customer service* bisa tertunjang pada saat melaksanakan kewajibannya;
2. Sikap *self-confidence*, bersahabat, serta penuh dengan senyum dalam melayani nasabah. Sikap *self-confidence* sangat bermakna bagi seorang petugas *customer service* dikarena mampu mewujudkan kepercayaan yang di dapat nasabah, harus optimis dalam melayani nasabah, sehingga mampu memberikan layanan yang optimum;
3. *Customer service* bersikap akrab harus mampu memberikan layanan yang bersahabat sebab dengan bersikap bersahabat akan mempermudah seorang petugas *customer service* dalam melayani nasabah serta juga seorang petugas customer service harus mampu tersenyum dan berperilaku santun secara alami;
4. Berperilaku tenang, sopan, hormat, dan selalu mendengarkan setiap percakapan, petugas customer service harus mampu melayani nasabahnya dalam kondisi tenang, tidak tergesa-gesa, berbudi pekerti serta menghargai nasabah. Seorang petugas *customer service* juga mampu menafsirkan nasabah dengan memperhatikan

percakapan yang disampaikan oleh nasabah;

5. Mampu meyakinkan kepada nasabah serta memberi kepuasan. Seorang petugas *customer service* merupakan petugas BMT Al-Arsyadi Samboja sebagai garis depan dalam melayani nasabah, maka seorang petugas *customer service* harus mampu memberikan argumen-argumen yang sistematis dan logis serta memberikan rasa puas bagi nasabah atas pelayanannya;
6. Memberitahu nasabah guna menanti periode pelayanan apabila belum mendapatkan pelayanan. Setiap pelayanan mempunyai tingkat periode pelayanan yang berbeda, ada yang periodenya singkat serta ada juga yang memerlukan pelayanan yang cukup lama, oleh sebab itu seorang petugas *customer service* harus mampu memberitahukan kepada pelanggan supaya kebutuhan mereka terpenuhi sehingga adanya komunikasi yang jelas antara *customer service* dan nasabah.

Dalam upaya pelaksanaan strategi *customer service* BMT Al-Arsyadi Samboja melakukan beberapa upaya, yaitu *customer service* harus benar-benar mencari penyelesaian, mengarahkan dan membantu dari apa yang diinginkan oleh nasabah, perlunya mengadakan evaluasi setidaknya dua bulan sekali, karena evaluasi sangatlah penting dilakukan oleh setiap organisasi ataupun badan usaha berupa BMT Al-Arsyadi Samboja. Dalam teorinya, menurut Rivaidan Eva, evaluasi merupakan suatu mekanisme konvensional dan terorganisasi yang dipakai guna menaksir, mengevaluasi serta memengaruhi sifat-sifat yang terkait dengan kewajiban, integritas serta perolehan, tercatat kualitas absensi. Evaluasi diperlukan setiap lembaga, perusahaan dan organisasi apapun itu, terutama bagi topik pembahasan saat ini yaitu strategi *customer service* yang secara langsung dapat mempengaruhi opini suatu peran BMT Al-Arsyadi Samboja. Pihak atasan dapat memberikan penilaian serta masukan, dapat juga mengungkapkan problem dilapangan untuk dipecahkan bersama serta inovasi-inovasi yang akan dilakukan kedepannya.

*Handling complaint* adalah bentuk ketidakpuasan konsumen. Komplain memiliki dampak yang besar terhadap kemajuan perusahaan. Komplain yang diselesaikan dengan baik dan secara profesional akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Pelanggan yang komplain merasa pendapatnya sangat dihargai. Selain itu, komplain merupakan hak konsumen untuk menyampaikan ketidakpuasan. Keluhan atau komplain merupakan bagian dari ekspresi negatif yang ditimbulkan karena adanya ketidakselarasan antara fakta dan harapan seseorang. *Handling complaint* merupakan istilah yang mencakup berbagai reaksi konsumen ketika mereka merasa ketidakpuasan terhadap pembelian atau layanan serta menimbulkan tindakan yang dilakukan oleh seseorang, yang meliputi menyampaikan

sesuatu yang kurang tentang produk atau layanan yang dibentuk dan dijajakan.

Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa penanganan yang dilakukan yang dilakukan oleh *customer service* BMT Al-Arsyadi Samboja dapat menjadikan pelayanan yang dapat diterima oleh nasabah. Hal ini sepadan dengan yang disampaikan oleh para informan baik dari pihak manajemen dan dari sisi *customer service*. Selaras dengan apa yang disajikan oleh para narasumber, bahwa keluhan yang disampaikan diproses dengan sistem yang ada dan ada yang dibuatkan solusi untuk membuat produk atau tidak terjadinya keluhan serupa di kemudian hari, hal ini membuat nasabah merasa dihargai dan merasa didengar sehingga mereka tetap memutuskan untuk melakukan transaksi di BMT Al-Arsyadi Samboja.

## SIMPULAN

Strategi *customer service* dalam menghadapi keluhan nasabah (*handling complaint*) pada BMT Al-Arsyadi Samboja sudah dilakukan selaras dengan standar mekanisme layanan yang berlaku. Penanganan pengaduan yang dilakukan pertama kali oleh *customer service* yakni menjamu pelanggan dengan sapaan pertama seperti tersenyum, memberi salam dan berpamitan kepada pelanggan. Secara garis besar ada lima strategi utama *customer service* dalam menghadapi keluhan nasabah (*handling complaint*) pada BMT Al-Arsyadi Samboja, yaitu 1) mengadakan pelatihan berupa *Roll-play*, 2) bersikap tenang, sabar serta berbicara menggunakan bahasa yang baik dan benar, 3) menunjukkan sifat empati seorang *customer service*, 4) menawarkan bantuan serta memahami kebutuhan yang diinginkan nasabah, dan 5) mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.

Adapun saran peneliti kepada BMT Al-Arsyadi Samboja yaitu agar selalu tetap melaksanakan pelatihan-pelatihan bagi pegawai di BMT Al-Arsyadi Samboja terutama kepada *customer service* untuk menghadapi keluhan nasabah (*handling complaint*) dan disarankan juga kepada BMT Al-Arsyadi Samboja agar bisa menambahkan *customer service* karena *customer service* hanya ada satu di BMT Al-Arsyadi Samboja, dengan adanya penambahan *customer service* dapat menangani transaksi yang lebih banyak dan dapat memberikan pelayanan yang lebih personal kepada setiap nasabah di BMT Al-Arsyadi Samboja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Hamdi. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Konsep dan Contoh Penelitian)*. Sumedang: Mega Press, 2023.
- Butterick Keith, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*, Jakarta; Rajawali Press, 2013.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Eva J Segala Veithzal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.
- Istiatin & Fithri Marwati. "Creating Customer Retention Through Facility, Complaint Handling, Trust, Company Image And Customer Incentives At Bmt Amanah Ummah Kartasura, Sukoharjo". *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*. Vol-5 Issue-1, 2021. (1-15).
- Kurniawan Saefullah dan Ernie Tisnawati Sule, *Pengantar Manajemen edisi pertama* Jakarta: Kencana, 2008.
- M.N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Pramono, Joko Aji & Mohammad Agung Suryanto. "Customer Complaint Handling Strategy using the Theory Perspective of Griffin and Michael at PT Maluku Prima Makmur". *International Journal of Innovative Science and Research Technology*. Volume 8, Issue 6, Juni 2023. (1650-1657).
- Rianto M. Nur, *Lembaga Keuangan Syariah*, Bandung: CV. PUSTAKA SETIA, 2012.
- Saprudin, Endri & Hasan al-Banna, "The Effect of Service Quality, Personal Selling, and Complaint Handling on Customer Retention of Sharia Bank Customers with Customer Satisfaction as Intervening Variable", *Bulletin of Islamic Economics*, Vol. 1 No. 2, 2022. (19-33).
- Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Sujarwen V. Wiratna i, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: PT pustaka baru, 2015.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif, dan Kombinasi Mixes Methods*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Tjiptono. F. *Complaint Management (Complaints)*. Yogyakarta: Andi, 2011.