

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam dunia perbankan, baik dalam hubungan antara bank dengan nasabah maupun antar bagian dalam bank itu sendiri. Dalam konteks pelayanan pelanggan, komunikasi yang efektif tidak hanya berfungsi untuk memberikan informasi, tetapi juga untuk membangun hubungan yang baik, meningkatkan kepercayaan, dan menyelesaikan masalah yang timbul, terutama yang berkaitan dengan keluhan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Sutriani, N., & Hamdiah, H. (2022) serta Pangestu, T. (2023) mengungkapkan bahwa peran *Customer Service* dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabah sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang baik antara *Customer Service* dan nasabah dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan. Bank yang mampu menjalankan komunikasi dengan baik akan lebih mudah menjaga loyalitas nasabah dan menghadapi situasi krisis dengan lebih baik.

Komunikasi dalam dunia perbankan terdiri dari berbagai bentuk, seperti komunikasi langsung melalui interaksi personal dengan nasabah, komunikasi melalui saluran telepon atau media digital, serta komunikasi melalui berbagai kanal layanan pelanggan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh bank adalah bagaimana mengelola komunikasi saat terjadi masalah atau keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan, meskipun sering kali dianggap sebagai sesuatu yang negatif,

sebenarnya memberikan kesempatan bagi bank untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperbaiki kekurangan yang ada.

Dalam hal ini, Coombs (2007) dalam bukunya *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* menyatakan bahwa dalam manajemen krisis, komunikasi yang efektif tidak hanya berfokus pada perbaikan hubungan dengan pelanggan, tetapi juga pada pemulihan citra organisasi setelah terjadi krisis. Oleh karena itu, penerapan manajemen komunikasi krisis yang baik akan membantu perbankan untuk bertahan dalam situasi sulit dan mengubah keluhan pelanggan menjadi peluang untuk memperbaiki layanan.

Pelayanan pelanggan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan dan loyalitas nasabah dalam dunia perbankan. Bank Sumsel Babel, sebagai lembaga keuangan yang berkembang di Indonesia, berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. Namun, seperti halnya institusi lainnya, Bank Sumsel Babel tidak lepas dari tantangan dan permasalahan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan, khususnya dalam menghadapi keluhan pelanggan.

Keluhan pelanggan merupakan suatu bentuk umpan balik yang penting bagi setiap organisasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Namun, jika tidak ditangani dengan baik, keluhan tersebut dapat berkembang menjadi krisis yang dapat merusak reputasi dan citra bank. Dalam konteks ini, manajemen komunikasi krisis memainkan peran yang sangat penting untuk merespons dengan cepat, efektif, dan tepat dalam menangani masalah yang timbul akibat keluhan pelanggan.

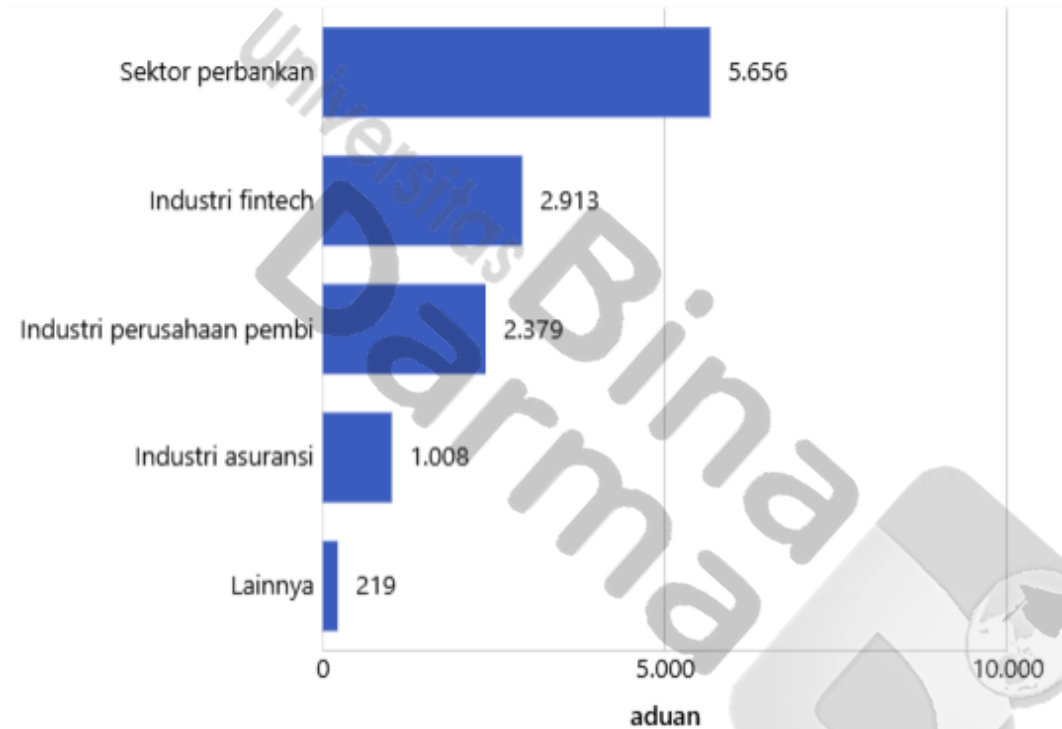
Divisi *Customer Service* di Bank Sumsel Babel bertanggung jawab untuk menangani berbagai keluhan nasabah. Namun, seringkali keluhan yang datang mencerminkan ketidakpuasan yang lebih kompleks, yang memerlukan strategi komunikasi yang tidak hanya menyelesaikan masalah tetapi juga mengelola persepsi dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Oleh karena itu, strategi manajemen komunikasi krisis yang tepat dan terstruktur sangat diperlukan untuk menghadapi keluhan pelanggan yang dapat berpotensi merugikan reputasi bank.

Manajemen komunikasi krisis yang efektif dapat membantu Bank Sumsel Babel untuk mengidentifikasi sumber permasalahan, merespons dengan segera, serta memastikan bahwa keluhan yang diterima tidak berlarut-larut dan memberikan dampak negatif yang lebih besar. Hal ini akan menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan bank dalam menangani masalah secara profesional dan efisien.

Namun, hingga saat ini, strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Divisi *Customer Service* Bank Sumsel Babel dalam menangani keluhan pelanggan belum sepenuhnya dieksplorasi dan dievaluasi. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut tentang bagaimana Bank Sumsel Babel mengimplementasikan strategi komunikasi krisis dalam menghadapi keluhan pelanggan dan sejauh mana strategi tersebut efektif dalam menjaga kepuasan nasabah serta melindungi citra bank.

Sumber: Databoks.co.id

Figure 1 Jumlah Pengaduan yang Diterima OJK Berdasarkan Sektor yang Diadukan (Januari-Juli 2023)



Komunikasi yang efektif memegang peranan penting dalam dunia perbankan, terutama ketika berhadapan dengan keluhan nasabah. Cara bank menangani keluhan ini bisa berdampak besar terhadap reputasi mereka dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap institusi keuangan. Jika komunikasi tidak berjalan dengan baik, bukan hanya nasabah yang merasa tidak puas, tetapi citra bank juga bisa tercoreng, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dan bahkan menarik perhatian regulator. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada semester pertama tahun 2023 saja, ada sebanyak 12.175 pengaduan yang masuk dari konsumen jasa keuangan. Dari jumlah tersebut, sektor perbankan menjadi yang paling banyak menerima keluhan. Hal ini menunjukkan bahwa masih

ada banyak aspek dalam layanan perbankan yang perlu diperbaiki, terutama dalam hal transparansi, kejelasan informasi, serta cara penyampaian solusi kepada nasabah. Oleh karena itu, bank perlu memastikan bahwa mereka memiliki sistem komunikasi yang baik, baik dalam menjelaskan produk dan layanan maupun dalam menangani keluhan agar kepercayaan masyarakat tetap terjaga (Muhammad, 2023).

Salah satu contohnya, penanganan keluhan yang tidak efektif dapat berdampak negatif pada reputasi bank. Laporan dari Bank Negara Indonesia (BNI) mengidentifikasi bahwa risiko reputasi dapat timbul dari kejadian-kejadian yang merugikan citra bank, seperti pemberitaan negatif di media massa atau pelanggaran terhadap regulasi (BNI, 2023). Selain itu, penelitian Salmah (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan yang baik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas dengan penanganan keluhan cenderung memiliki kepercayaan dan komitmen yang lebih tinggi terhadap bank (Salma, Rafidah, & Alawiyah, 2023); (Husnah, 2023).

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya strategi manajemen komunikasi krisis yang diterapkan oleh Divisi Customer Service dalam menghadapi keluhan pelanggan di Bank Sumsel Babel guna menjaga reputasi dan kepercayaan nasabah. Dalam dunia perbankan yang sangat kompetitif, keluhan pelanggan merupakan hal yang tidak dapat dihindari dan apabila tidak ditangani dengan baik, dapat berkembang menjadi krisis yang berpotensi merusak citra lembaga keuangan, menurunkan tingkat kepercayaan, dan bahkan berdampak pada loyalitas nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat krusial dalam mengkaji bagaimana Divisi Customer Service menangani keluhan pelanggan dengan pendekatan

komunikasi yang efektif, termasuk respons cepat, transparansi dalam menyampaikan informasi, empati dalam berinteraksi dengan nasabah, koordinasi internal antar divisi, serta strategi pengelolaan media guna memastikan bahwa setiap masalah yang muncul dapat diatasi dengan tepat.

Menggunakan teori komunikasi krisis, penelitian ini mengevaluasi sejauh mana efektivitas strategi komunikasi krisis yang telah diterapkan di Bank Sumsel Babel dalam mengelola keluhan pelanggan dan meredam dampak negatif yang mungkin timbul, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasi kebijakan komunikasi krisis di lingkungan perbankan. Mengingat bahwa industri perbankan sangat bergantung pada citra dan kredibilitasnya, kesalahan dalam komunikasi saat menghadapi keluhan pelanggan dapat memperburuk persepsi publik dan mempercepat penyebaran opini negatif, baik melalui komunikasi langsung antar nasabah maupun melalui media sosial yang memiliki potensi besar dalam membentuk opini publik.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berkontribusi dalam memberikan pemahaman teoritis mengenai manajemen komunikasi krisis di sektor perbankan, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis yang dapat digunakan oleh Bank Sumsel Babel dan institusi perbankan lainnya dalam meningkatkan sistem deteksi dini terhadap keluhan pelanggan, memperkuat koordinasi lintas divisi agar setiap keluhan dapat ditangani secara komprehensif dan strategis, serta memastikan bahwa pendekatan komunikasi yang diterapkan benar-benar mampu meredakan ketidakpuasan nasabah, memitigasi risiko reputasi, dan mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Di tengah era digitalisasi yang semakin pesat, di

mana keluhan pelanggan dapat dengan mudah tersebar luas dalam hitungan menit melalui berbagai platform media sosial, strategi komunikasi krisis yang efektif bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga menjadi faktor penentu dalam menjaga daya saing bank di industri keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini sangat relevan dan mendesak sebagai referensi utama dalam pengembangan kebijakan komunikasi krisis yang lebih adaptif, responsif, dan strategis di lingkungan perbankan modern.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut;

- a. Komunikasi krisis dapat dikelola untuk mengurangi dampak negatif terhadap reputasi bank.
- b. Kurangnya pemahaman dan implementasi strategi komunikasi krisis yang terstruktur di divisi *Customer Service*.
- c. Ketidakpuasan yang berkepanjangan dan efektivitas respons dan penyelesaian masalah yang diberikan oleh Divisi *Customer Service*.

1.3. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka dari itu peneliti membuat rumusan masalah dalam penelitian ini adalah,

“Bagaimana strategi manajemen komunikasi krisis yang diterapkan oleh Divisi Customer Service Bank Sumsel Babel dalam menangani keluhan pelanggan terkait layanan digital banking dan transaksi keuangan, serta sejauh mana efektivitas strategi tersebut dalam meredam dampak negatif terhadap kepuasan nasabah dan reputasi bank?”

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui;

- a. Pengelolaan manajemen komunikasi krisis sehingga dapat mengurangi dampak negatif terhadap reputasi bank.
- b. Pemahaman dan implementasi strategi komunikasi krisis yang terstruktur di divisi *Customer Service*.
- c. Efektivitas respons dan penyelesaian masalah yang diberikan oleh Divisi *Customer Service* sehingga tidak ada ketidakpuasan yang berkepanjangan.