

**IMPLEMENTASI COSTUMER RELATIONSHIP
MANAGEMEN (CRM) DALAM MEMPERTAHANKAN DAN
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK
SUMUT KCPSY MULTATULI**

SEKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi
Perbankan Syariah*

OLEH:

WINDA SAPUTRI

NPM:1701270077



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

2021

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri

Dan untuk kedua orang tua saya

Ayahanda Sudirman

Ibunda Suparni

Abangda Eko Rahmadana, S.Pd

Ayunda Wenny Wulandary, S.Pd

Serta sahabat-sahabat yang memberikan saya semangat

dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Motto

Jangan katakan tidak bisa tapi cobalah

Jangan terlalu banyak di pikirkan tapi lakukanlah

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Winda Saputri
NPM : 1701270077
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: **Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli** merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism maka saya bersedia ditindak dengan peraturan yang berlaku

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, 04 Oktober 2021
Yang menyatakan



Winda Saputri
NPM: 1701270077

**IMPLEMENTASI COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMEN (CRM)
DALAM MEMPERTAHAKAN DAN MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH PADA PT. BANK SUMUT KCPSY MULTATULI**

SKRIPSI

***Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
Perbankan Syariah***

Oleh :


WINDA SAPUTRI
1701270077

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing



Riyan Pradesyah S.E.Sy, M.E.I

UMSU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN

2021

Unggul | Cerdas | Terpercaya

PERNYATAAN DOSEN PEMBIMBING

Medan, Oktober 2021

Nomor : Istimewa
Hal : Skripsi a.n. Winda Saputri
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU
Di-
Medan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran penelitian sepenuhnya terhadap Skripsi Mahasiswa Winda Saputri yang berjudul "Implementasi *Customer Relatuionship Management* (CRM) dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli", maka kami berpendapat bahwa Skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada Sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Sarjana Strata Satu (I) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian Kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Pembimbing

Rivan Pradesyah S.E.Sy, M.E.I

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

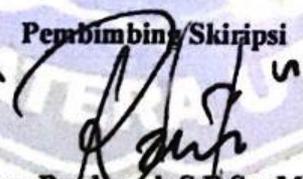
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan Bimbingan dalam Penulisan Skripsi sehingga naskah Skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam Ujian Skripsi Oleh :

Nama Mahasiswa : Winda Saputri
NPM : 1701270077
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli

Medan, 04 Oktober 2021

Pembimbing Skripsi


Rivan Pradesyah S.E.Sv, M.E.I

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan
Fakultas Agama Islam


Assoc. Prof. Dr. Muhammad Oorib, MA

Unggul | Cerdas | Terpercaya

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Winda Saputri
NPM : 1701270077
Program Studi : Perbankan Syariah
Tanggal Sidang : 14/10/2021
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Drs. Sarwo Edi, MA
PENGUJI II : Syahrul Amsari, SE.Sy, M.Si

PENITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA

Unggul | Cerdas | Terpercaya

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Winda Saputri

NPM :1701270077

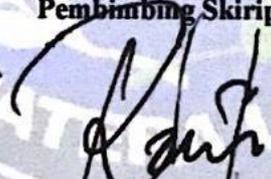
Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 04 Oktober 2021

Pembimbing Skripsi


Rivan Pradesyah S.E.Sv, M.E.I

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Dr. Rahmayati, M.E.I

Dekan
Fakultas Agama Islam


Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	zet

س	Sin	S	es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Komater balik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Waw	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
<u> / </u>	Fathah	A	A

— /	Kasrah	L	I
و —	dammah	U	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
— / ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
— / و	Fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh :

- Kataba : كتب
- Fa'ala : فعل
- Kaifa : كيف

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا / —	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
— / ي	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
و — و	Fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- qāla : قال
- ramā : مار
- qīla : قيل

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) *Ta marbūtah* hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *amah*, transliterasinya (t).

2) *Ta marbūtah* mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- *raudah al-atfāl* - *raudatul atfāl*: لروضة الاطفال
- *al-Madīnah al-munawwarah*: المدينة المنورة
- *ṭalḥah*: طلحة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh :

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : البر

- al-hajj : الحج
- nu'ima : نعم

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرجل
- as-sayyidatu: السيدة
- asy-syamsu: الشمس
- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzūna: تاخذون

- *an-nau'*: النوء
- *syai'un*: شيء
- *inna*: ان
- *umirtu*: امرت
- *akala*: اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallażibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laż³unzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal – lażiunzilafihil - Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Allhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu

disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naṣrunminallahiḡafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasahan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Winda Saputri, 1701270077, Implementasi Costumer Relationship Managemen (CRM) Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Sumut KCPSy Multatuli, Pembimbing Bapak Riyan Pradesyah S.E.Sy, M.EI

Customer Relationship Management (CRM) adalah pendekatan manajemen yang menempatkan customer pada inti suatu proses dan pelaksanaan dari strategi pemasaran perusahaan. Fokus dari CRM adalah pelanggan yang dalam dunia perbankan berarti nasabah. Apa yang dibutuhkan oleh nasabah, bagaimana kebiasaan mereka, dan bagaimana sebuah bank bisa mempertahankan hubungan baik dengan mereka, semua terkumpul dalam CRM yang memberikan kepuasan bagi mereka dan akhir dari semuanya adalah bisa merangkul dan mempertahankan mereka. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, sumber data penelitian ini adalah skunder dan primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Wawancara (Interview), teknik analisis data adalah analisis deskriptif yaitu metode yang menggambarkan hasil penelitian dengan menelaah data yang diperoleh dari perusahaan kemudian dibandingkan dengan berbagai teori yang mendukung masalah penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kesimpulannya adalah bahwa bentuk implementasi CRM (Customer Relationship Management) dalam meningkatkan dan mempertahankan nasabah Bank SUMUT KCPSy Multatuli sudah sesuai dengan teori yang telah di kemukakan oleh Lukas (2001) bahwa terdapat tiga dimensi yaitu dimensi people, proses dan teknologi yang telah dijalankan dengan baik kemudian dua elemen fundamental kelayaitasan nasabah juga telah diterapkan dan jalankan dengan baik oleh Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

Kata kunci: Implementasi Customer Relationship Managemen, Nasabah, Loyalitas

ABSTRACT

Winda Saputri, 1701270077, Implementation of Customer Relationship Management (CRM) In Maintaining And Increasing The Number Of Customers At Pt. Bank of North Sumatra KCPSy Multatuli, Supervisor Mr. Riyan Pradesyah S.E.Sy, M.EI

Customer Relationship Management (CRM) is a management approach that puts the customer at the core of the process and implementation of a company's marketing strategy. The focus of CRM is the customer which in the banking world means the customer. What customers need, what their habits are, and how a bank can maintain a good relationship with them, all gathered in a CRM that gives satisfaction to them and the end of it all is being able to embrace and retain them. The approach used in this study is a descriptive qualitative approach, the data sources of this research are secondary and primary. The data collection technique used is Interview, the data analysis technique is descriptive analysis, namely a method that describes the results of research by examining data obtained from the company and then compared with various theories that support the research problem. Based on the results of the research conducted, the conclusion is that the form of CRM (Customer Relationship Management) implementation in improving and retaining Bank SUMUT KCPSy Multatuli customers is in accordance with the theory that has been put forward by Lukas (2001) that there are three dimensions, namely the dimensions of people, process and technology. which has been carried out well and then the two fundamental elements of customer loyalty have also been implemented and run well by Bank SUMUT KCPSY Multatuli.

Keywords: Implementation of Customer Relationship Management, Customers, Loyalty

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Taufik dan Hidayat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini secara baik dan tepat waktu. Selanjutnya tidak lupa pula penulis mengucapkan Shalawat dan Salam kepada Junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa Risalah-Nya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna baik dari segi kandungan materi maupun kaedah penyampaian yang termuat pada penulisan ini. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan segala masukan serta saran dari berbagai pihak yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Banyak hal yang telah penulis alami dalam proses pembelajaran ini berupa bimbingan, doa dan bantuan oleh Dosen Pembimbing, keluarga dan rekan-rekan mahasiswa sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan magang ini.

Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimah kasih kepada:

1. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Sudirman dan Ibunda tersayang Suparni yang telah memberikan kasih dan sayang dengan mengasuh, mendidik, membimbing, mendoakan dan memberikan semangat sepanjang waktu sehingga penulis mampu menjalani proses dunia pendidikan dengan sebaik-baiknya dan termotivasi dalam menggapai semua cita-cita.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr.Zailani S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama

Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan II Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Rahmayati. M.EI selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Riyan Pradesyah S.E.Sy, M.EI selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan sekaligus Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyusunan proposal skripsi dengan baik dan benar, penulis sangat berterimakasih atas semua nasihat, arahan dan perhatian kepada penulis.
8. Seluruh *Staff* Dosen Pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang banyak memberikan informasi dan pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
9. Kepada bapak Faisal Akbar dan para *staff* pekerja di Bank Sumut KCPSy Multatuli yang telah membantu peneliti selama proses penelitian berlangsung.
10. Untuk diri sendiri Winda Saputri yang sudah bertahan sampai sejauh ini, terimakasih kamu hebat, saya menyayangimu.
11. Untuk keluarga tercinta, terutama kakak, abang dan keponakan tersayang yang selalu menyemangati dan menghibur penulis.
12. Untuk teman-teman baik saya Clara, Mayang, Atri, Nur, Dila, Linda dan teman-teman lainnya yang selalu memberi semangat dan menemani di saat-sat tersulit.
13. Seluruh alumni Teropong angkatan XX yang sudah membersamai dalam suka maupun duka.
14. Untuk gengs kocin yang sudah membersamai dalam suka maupun duka, sudah mengenalkan banyak tempat indah untuk di kunjungi.
15. Untuk Nisa Andriani teman sekamar yang membosankan tapi tetap sayang, terimakasih sudah memaklumi diri ini yang sering *moodswing*.

16. Kepada teman-teman seangkatan, terutama untuk kelas Perbankan Syariah B1 Pagi yang senantiasa mengisi hari-hari penulis selama kegiatan belajar menjadi menyenangkan.
17. Untuk masa lalu terimakasih telah mengajarkan bahagia juga mengajarkan luka yang tak terlupakan.
18. Untuk Abdussalam dan Rasyid yang sudah menjadi teman baik dan teman bercerita bagi penulis.

Semoga proposal yang penulis selesaikan dapat memperkaya ilmu khususnya bagi ilmu-ilmu perbankan syariah. Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon doa dan restu atas semuanya, agar ilmu yang diberikan dapat bermanfaat dan memberikan keberkahan bagi penulis. Aamiin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 04 Oktober 2021

Penulis

(Winda Saputri)
1701270077

DAFTAR ISI

ABSTRAK	<i>i</i>
ABSTRACK	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR	<i>iii</i>
DAFTAR ISI	<i>vi</i>
DAFTAR TABEL	<i>viii</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>ix</i>
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II: LANDASA TEORI	6
A. Definisi Konseptual	6
1. <i>Costumer Relationship Managemen (CRM)</i>	9
a. Pengertian CRM.....	9
b. Manfaat dan Tujuan CRM	10
c. Implementasi CRM	11
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi CRM	12
e. Indikator CRM	14
2. Loyalitas Nasabah.....	15
a. Pengertian Loyalitas Nasabah.....	15
b. Peran Penting Loyalitas Nasabah	17
c. Faktor-faktor Loyalitas Nasabah.....	18
d. Menciptakan Loyalitas Nasabah.....	20
e. Indikator Loyalitas Nasabah	21
B. Penelitian yang Relevan.....	19
BAB III: METODE PENELITIAN	22

A. Rancangan Penelitian.....	22
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	22
C. Kehadiran Peneliti.....	23
D. Tahapan Penelitian.....	23
E. Data dan Sumber Data	24
F. Teknik Pengumpulan Data.....	25
G. Teknik Analisis Data.....	26
H. Pemeriksaan Keabsahan Temuan	27
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Deskripsi Penelitian	29
B. Temuan Penelitian	42
C. Pembahasan.....	53
BAB V : PENUTUP	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Relevan	22
Tabel 3.1	Kegiatan Penelitian.....	26

*Catatan : Tabel 2.1 berarti tabel berada pada Bab 1 dan seterusnya

Tabel 3.1 berarti tabel berada pada Bab 3 dan seterusnya

DAFTAR GAMBAR

Nomor Tabel	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1.1	: Konsep Kepuasan Nasabah.....	4
Gambar 4.1	: Logo PT. Bank Sumut Syariah.....	35
Gambar 4.2	: Struktur organisasi	40

*Catatan : Gambar 1.1 berarti gambar berada pada Bab 1 dan seterusnya
Gambar 4.1 berarti gambar berada pada Bab 4 dan seterusnya

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia perbankan saat ini tidaklah sesederhana dunia perbankan puluhan tahun yang lalu. Banyak bank bahkan bank asing yang turut serta memperebutkan nasabah dipangsa pasar yang sama, diikuti dengan berbagai masalah merger dan akuisisi bank, membuktikan bahwa daya saing antar bank di Indonesia sudah semakin ketat dan kompetitif.

Customer Relationship Management (CRM) adalah pendekatan manajemen yang menempatkan customer pada inti suatu proses dan pelaksanaan dari strategi pemasaran perusahaan. Konsep ini berangkat dari asumsi bahwa pelanggan lebih suka memiliki hubungan jangka panjang yang baik dengan satu perusahaan ketimbang berpindah-pindah.¹

Menurut Handen dan Fanddy Tjiptono dalam *Customer Relationship Management* (CRM) adalah proses mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan (*profitable costumers*).² Seperti yang diungkapkan oleh graffin menunjukkan bahwa 80% pendapatan yang didapatkan dari 20% konsumen yang bertahan.³

Dengan begitu “membangun Relasi“ yang baik dengan nasabah akan jauh lebih bermakna dan baik daripada hanya “menjual” produk-produk yang bermutu tinggi, karena persaingan di Dunia Perbankan. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Al-Qur’an surah Al-Insyrah (94:7)

Menjelaskan: **انصَبَّرْ غَتَّ فَادًا**

Artinya: “Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”. (Q.S Al-Insyarah/ 94:7).⁴

¹Amin Widjaja Tunggal, Dasar Customer Relationship Management (CRM) (Jakarta: Harvindo, 2008) , H. Iv

² Fanddy Tjiptono, Pemasaran Jasa (Yogyakarta :ANDI Yogyakarta, 2014), h.424

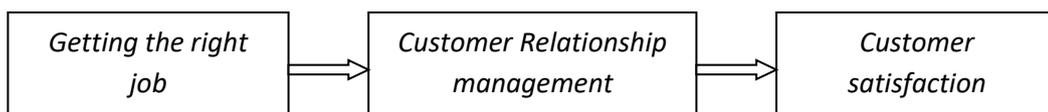
³ Ibid 425

⁴ Qur’an surah Al-Insyrah (94:7)

Ayat diatas termasuk salah satu ayat yang paling komprehensif didalam Al-Qur'an, karena dalam ayat diatas kita dianjurkan untuk terus melakukan sesuatu dengan sungguh-sungguh dalam melakukan setiap pekerjaan dan apabila seseorang telah melakukan pekerjaannya hendaknya ia baru memfokuskan kepada hal yang lain. Dalam konteks ini adalah pihak perusahaan dan nasabahnya.

CRM merupakan dimensi lain dari sebuah bisnis yang digunakan untuk mendeskripsikan apa yang diinginkan pelanggan atau nasabah. CRM mencakup keseluruhan proses bisnis yang bisa dipakai untuk menyatukan unsur informasi mengenai nasabah, respon terhadap mereka, sistem penjualan dan pemasaran usaha, serta prediksi tren pasar yang mungkin berubah.

Secara lebih rinci, model kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber: (Sukoco, 2002:113)

Gambar : II.1 **Konsep Kepuasan Nasabah**

Memperhatikan gambar di atas, aspek kepuasan nasabah dimulai ketika perusahaan mengerjakan pekerjaan yang benar dan mengerjakannya dengan cara yang benar sejak pertama kali.⁵ Melalui CRM, bank dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan nasabah, dimana bank dapat mengetahui kebutuhan nasabah dan menyediakan pilihan produk atau layanan yang sesuai dengan permintaan mereka.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alamgir dan Shamsuddoha (2015), yang berjudul Customer Relationship Management (CRM) Success Factors: An Exploratory study. Tujuan diadakannya penelitian ini yaitu untuk memeriksa peran CRM, pengetahuan pelanggan dan hubungan sosial pada keberhasilan CRM. Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu

⁵ Komalasari Eka, Peranan *Customer Relationship Management Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Perbankan*, 2015

menemukan beberapa faktor suksesnya CRM. Faktor tersebut yaitu: sering memantau informasi pelanggan, pengumpulan dan penyimpanan informasi sosio demografi dan psikografi bersama dengan kebutuhan pelanggan sangat diperlukan untuk mengumpulkan pengetahuan pelanggan.⁶

Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian yang berjudul “Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Mempertahankan dan Meningkatkan jumlah Nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli”.

B. Identifikasi Masalah

Setelah penjelasan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan identifikasi masalah penelitian supaya penelitian ini memiliki ruang lingkup yang jelas. Adapun beberapa masalah yang dapat diidentifikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Banyak bermunculan lembaga keuangan di Indonesia yang turut serta memperebutkan nasabah dipangsa pasar yang sama dan hal itu membuktikan bahwa daya saing antar bank di Indonesia sudah semakin ketat dan kompetitif.
2. Kurang berfungsinya CRM dalam penawaran produk yang ada di lembaga keuangan.

C. Rumusan Masalah

Berikut merupakan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) dalam meningkatkan dan mempertahankan nasabah Bank SUMUT KCPSy Multatuli?
2. Apakah CRM (*Customer Relationship Management*) pada Bank SUMUT KCPSy Multatuli dapat berperan aktif dalam meningkatkan jumlah nasabah?

⁶ Mohammed Alamgir and Mohammed Shamsuddoha, *Customer Relationship Management (CRM) Success Factors: An Exploratory study*. 2015

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis implementasi CRM (*Customer Relationship Management*) dalam meningkatkan dan mempertahankan nasabah Bank SUMUT KCPSy Multatuli.
2. Untuk melihat apakah CRM (*Customer Relationship Management*) pada Bank SUMUT KCPSy Multatuli sudah berperan dengan baik dalam peningkatan jumlah nasabah.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu bagi siapa saja yang ingin mempelajari lebih lanjut tentang perbankan syariah, khususnya :

- a. Untuk seluruh mahasiswa perbankan syariah yang nantinya akan melakukan penelitian dan kajian yang sama.
- b. Untuk menambah dan menjadi bahan referensi untuk peneliti- peneliti selanjutnya yang membahas tentang bagaimana Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

2. Secara praktis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan atau masukan bagi PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli dalam meningkatkan komunikasi yang baik dengan nasabah nantinya.
- b. Untuk peneliti sendiri dalam menyelesaikan Strata Satu Program Perbankan Syariah

F. Sistematika Penulisan

Agar lebih tersusun dan terarah, penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab dengan sub judul masing-masing berikut:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini akan mengkaji tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teoritis

Pada bab ini akan menguraikan tentang deskripsi teori yang di jadikan sebagai pijakan dalam melakukan penelitian, kerangka berfikir, penelitian relevan dan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab ini akan menguraikan tentang metode penelitian yang dilakukan, lokasi dan waktu penelitian dan populasi, sampel dan teknik penarikan sampel, variabel penelitian, devinisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari Deskripsi institusi, Deskripsi Karakteristik Responden Penyajian Data, Analisis Data, dan Interpretasi hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir dimana terdapat Kesimpulan dan Saran.

BAB II LANDASA TEORI

A. Definisi Konseptual

1. *Costumer Relationship Managemen (CRM)*

a. *Pengertian Costumer Relationship Managemen (CRM)*

Costumer Relationship Managemen (CRM) didefinisikan sebagai integrasi dari strategi penjualan, pemasaran, dan pelayanan yang terkoordinasi. CRM menyimpan informasi nasabah dan merekam seluruh kontak yang terjadi antara nasabah dan perusahaan, serta membuat profil nasabah untuk staf perusahaan yang memerlukan informasi tentang nasabah tersebut.⁷

Adapun konsep dari CRM itu sendiri mencakup *Enhance* (meningkatkan), *retain* (mempertahankan) dan *Acquire* (mendapatkan) nasabah. Bisa disimpulkan bahwa konsep CRM sendiri mengacu kepada bagaimana caranya agar kita selalu memperoleh nasabah yang baru, dengan meningkatkan hubungan agar mereka merasa puas terhadap layanan yang diberikan sehingga mereka bertahan untuk menjadi nasabah tetap.⁸

Berdasarkan apa yang mereka ketahui tentang setiap pelanggan yang dinilai, perusahaan dapat menyesuaikan penawaran pasar, layanan, program, pesan, dan media. CRM penting karena pendorong utama profitabilitas perusahaan adalah nilai kolektif basis pelanggan perusahaan. CRM merupakan sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi penempatan client sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya”.⁹ Konsep ini telah dikenal dan banyak diterapkan untuk meningkatkan pelayanan di perusahaan. CRM adalah usaha sebuah perusahaan untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan (agar tidak lari ke pesaing) dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telepon, email, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan staf sales dan marketing atau dapat dikatakan

⁷Amin Widjaja Tunggal. Dasar –Dasar Customer relationship management (CRM). (Jakarta : Harvindo, 2008) h.58

⁸ Ibid.. h.60

⁹Dini Hamidin. Model Customer relationship management (CRM) di Institusi Pendidikan Yogyakarta: SNATI, 2008). h. 45

sebuah strategi bisnis menyeluruh dari suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut untuk mengelola hubungan baik dengan pelanggannya.

CRM juga dapat diartikan sebagai sebuah strategi bisnis menyeluruh dalam suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan. Dengan demikian melalui CRM perusahaan dapat melakukan pendekatan sehingga dapat menarik sejumlah informasi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan.¹⁰

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa CRM adalah suatu konsep manajemen secara menyeluruh yang berpusat pada pelanggan atau nasabah sebagai faktor utama untuk meningkatkan keunggulan bersaing dan bertujuan memperoleh tingkat kepuasan pelanggan secara maksimum yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan dengan biaya yang relatif lebih rendah.

b. Manfaat dan Tujuan CRM

Beberapa manfaat dari CRM, yaitu:

1) Mendorong Loyalitas pelanggan

Aplikasi CRM memungkinkan perusahaan untuk mendayagunakan informasi dari semua titik kontak dengan pelanggan, baik via web, callcenter, ataupun lewat staff pemasaran dan pelayanan di lapangan. Konsistensi dan aksesibilitas informasi ini memungkinkan penjualan dan pelayanan yang lebih baik dengan berbagai informasi penting mengenai pelanggan tersebut.

2) Mengurangi biaya

Dengan kemampuan perusahaan dalam penjualan dan pelayanan, ada biaya yang bisa dikurangi. Misalnya dengan memanfaatkan teknologi web. Aplikasi CRM juga memungkinkan penjualan atau pelayanan dengan biaya lebih murah dalam sebuah skema program pemasaran yang spesifik

¹⁰ Yahya, Yohanes, "Pengaruh Customer relationship management (CRM) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan", Jurnal Ilmu Komputer. 2008

dan terfokus. Tertuju ke pelanggan yang tepat dan pada waktu yang tepat pula.

3) Meningkatkan efisiensi operasional

Otomatisasi penjualan dan proses layanan dapat mengurangi resiko turunnya kualitas pelayanan.

4) Peningkatan time to market

Aplikasi CRM memungkinkan kita membawa produk ke pasar dengan lebih cepat dengan informasi pelanggan yang lebih baik. Dengan kemampuan penjualan melalui web maka hambatan waktu, geografis, sampai ketersediaan sumber data dapat dikesampingkan untuk mempercepat penjualan produk tersebut.

5) Peningkatan pendapatan

Aplikasi CRM menyediakan informasi untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan.

Keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dengan penerapan CRM yaitu :

- i. Perusahaan dapat meningkatkan proses komunikasi dua arah dengan pelanggan sehingga proses transaksi menjadi lebih cepat dan akurat.
- ii. Perusahaan dapat meningkatkan management decision dan profit.
- iii. Customer service dapat ditingkatkan layanannya.
- iv. Perusahaan dapat meningkatkan business growth dan support.¹¹

c. Implementasi CRM

Customer Relationship Management atau biasa disebut manajemen hubungan pelanggan merupakan pencetus utama bagi strategi-strategi yang dibahas dalam roda loyalitas dan sering sekali terintegrasi dengan program loyalitas. Dari perspektif pelanggan, CRM dapat menghasilkan perbaikan jasa

¹¹Andreani, Fransisca. Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran). Jurnal Manajemen Pemasaran, Volume 2 No 1. Universitas Kristen Petra Surabaya, 2007

yang luas dan meningkatkan nilai bagi pelanggan (misalnya melalui kostumisasi dan kenyamanan yang baik).¹²

Perusahaan perlu melakukan segmentasi pasar dan menyasar pelanggan yang “tepat” memilih segmen target secara cermat dan mencocokkan dengan kapabilitas perusahaan. Mengelola basis pelanggan melalui tieringjasa, yang mengelompokkan basis pelanggan kedalam tingkatan nilai yang berbeda-beda (platina, emas, besi dan timbal). Untuk menciptakan loyalitas maka perlu adanya keberhasilan dalam implementasi CRM, terutama sangat berguna ketika perusahaan harus melayani sejumlah besar pelanggan diberbagai saluran penghantar jasa. Strategi CRM mencakup lima proses utama pada umumnya, yaitu:¹³

- 1) Pengembangan strategi, termasuk memilih segmen target, memeringkatkan layanan, dan merancang loyalty rewards.
- 2) Penciptaan nilai, termasuk penyediaan manfaat bagi pelanggan melalui layanan bertingkat dan program loyalitas (Misalnya antrian prioritas dan peningkatan kelas layanan).
- 3) Integrasi multichannel untuk memberikan media yang menyeluruh bagi pelanggan di berbagai saluran penghantaran jasa (misalnya dari website).
- 4) Manajemen informasi, yang mencakup penyimpanan data, sarana analisis (misalnya analisis manajemen intern) dan aplikasi untuk frontdan back office.
- 5) Penilaian kinerja, dalam menerapkan CRM perusahaan seharusnya menghasilkan perbaikan strategi dan sistem CRM yang berkesinambungan bagi perusahaan

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi CRM

Ada tiga faktor yang mempengaruhi implementasi CRM diantaranya adalah:

- 1) Faktor Organisasional

¹² Teti Wijayanti and Azhari I., “Pengembangan Customer Relationship Management Berbasis Web Pada Griya Muslim Flora,” [Online]. Available : <http://is.uad.ac.id/jusi/files/02-JUSI-Vol-1- No-1- Pengembangan-E-CRM-Berbasis-Web-pada-Griya-Muslim-Flora.pdf>.

¹³ Ibid

Beberapa literatur menyebutkan bahwa struktur organisasi, proses reengineering dan budaya mempengaruhi organisasi atau perusahaan dalam implementasi strategi CRM. Struktur organisasi mendefinisikan garis otoritas, komunikasi, dan spesifikasi mekanisme dimana tugas-tugas organisasi dan program-program diselesaikan.

2) Faktor SDM

Karyawan seharusnya dilatih untuk memahami bagaimana mempertahankan dan memuaskan pelanggan dalam mencapai strategi dan tujuan CRM. Strategi CRM dapat berhasil bila karyawan dan pengguna memahami pentingnya strategi dan bagaimana strategi tersebut membantu pekerjaan mereka.

3) Faktor Teknologi

Merupakan fasilitator dalam implementasi strategi CRM. Teknologi CRM memungkinkan manajemen untuk mengelola data pelanggan dan membangun informasi serta pengetahuan tentang pelanggan mereka. Tanpa teknologi akan sangat sulit untuk mengimplementasikan strategi CRM karena interaksi pelanggan dalam segala hal memerlukan penggunaan teknologi (email, telepon, web, call center).¹⁴

Selain itu dalam mengimplementasikan sebuah strategi CRM, diperlukan:

1) Orang-orang yang profesional

Orang-orang yang memiliki kualifikasi yang memadai, yang tidak saja mengerti bagaimana menghadapi pelanggan tetapi juga mengerti cara menggunakan teknologi.

2) Proses yang didesain dengan baik

Keseluruhan proses yang dirancang sesuai dengan strategi dan tujuan CRM.

3) Teknologi yang memadai

¹⁴ Rustono.2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Untuk Meningkatkan Loyalitas. Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora Vol. 10 No. 3 h. 153-160

Teknologi yang mampu membantu karyawan dalam menjalankan keseluruhan aktivitas dan strategi CRM.¹⁵

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dikemukakan, terdapat beberapa kesamaan mengenai proses implementasi CRM yang terdiri dari SDM yang harus memiliki kemampuan yang dapat mengimplementasikan strategi dan program CRM, teknologi yang sekaligus dapat mempermudah pekerjaan dan aktivitas CRM dan proses yang berjalan dari awal hingga akhir dalam keseluruhan aktivitas CRM.¹⁶

e. Indikator Customer Relationship Management

Terdapat empat indikator dari *Customer Relationship Management* yang harus diketahui adalah :

1) Pengetahuan Pelanggan

Pengetahuan tentang pelanggan individu sangat penting untuk mengembangkan hubungan jangka panjang.

2) Strategy Hubungan

Informasi pelanggan individu harus digunakan untuk mengembangkan hubungan pelanggan, Dengan kata lain jenis pemasaran atau strategy harus diimplementasikan benar-benar berbeda dari strategy yang hanya berfokus pada transaksi.

3) Komunikasi

Dalam komunikasi antara pelanggan dan pemasok, strategy hubungan harus memiliki pembuktian diri bahwa memiliki tingkat yang baik.

4) Proposisi Nilai Individual

Sebuah organisasi yang mengambil inisiatif untuk lebih mengenal satu pelanggan, untuk mengembangkan hubungan dengan pelanggan, dan untuk melakukan komunikasi dengan benar dengan pelanggan tidak sepenuhnya juga bisa kepada

¹⁵Ibid, Dini Hamidin. h. 13

¹⁶ Ibid, Rustono. h. 180

pelanggan mengenai proporsi individu. Produk, jasa, dan juga harga harus sesuai dengan keadaan individu.¹⁷

Tujuan utama dari implementasi CRM yaitu untuk menunjang kesuksesan suatu bank dalam persaingan di dunia perbankan dan hal itu akan terwujud apabila perusahaan bisa meningkatkan dan mempertahankan nasabah atau dalam dunia perbankan disebut dengan loyalitas nasabah.¹⁸

2. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.¹⁹

Secara tertulis defenisi dari kata loyalitas bila kita baca dari beberapa referensi, bahwa kata loyalitas adalah kesetiaan. Sebagai sebuah perusahaan seorang nasabah yang setia atau memiliki rasa keyakinan terhadap produk tertentu merupakan sebagian dari loyalitas. Loyalitas nasabah berkrucut pada peningkatan jumlah nasabah, mempertahankan nasabah dan memberi rasa puas pada nasabah.

Untuk dapat menjadi nasabah yang loyal, seseorang harus melalui beberapa tahapan. Proses ini berlangsung lama, dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing-masing tahap, karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda. Dengan memperhatikan masing-masing tahap perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk membentuk calon pembeli menjadi nasabah yang loyal.

Tingkatan loyalitas terbagi atas 8 tahapan yaitu sebagai berikut:

1. *Suspect* yaitu orang-orang yang mungkin akan membeli produk
2. *Prospect* yaitu orang yang lebih kuat minatnya terhadap produk dan mampu membeli.

¹⁷Ed Peelen, Customer Relationship Management. (Pretince Hall. 2009), hal.7

¹⁸ Ibid. h. 9

¹⁹Hurriyati Ratih. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, (Bandung: Alfabeta, Cetakan Pertama, 2007), hal. 126

3. *First Time Customer* yaitu nasabah yang membeli pertama kalinya.
4. *Repeat Customer* yaitu nasabah yang setelah mencoba membeli pertama diharapkan untuk mengulangi membeli.
5. *Clients* yaitu nasabah yang sudah punya pengalaman terhadap produk tersebut.
6. *Members* yaitu nasabah yang memperoleh berbagai keuntungan yang diberikan oleh perusahaan.
7. *Advocates* adalah kelompok langganan yang perasaannya sudah sangat mendalam dan murni, loyal pada produk, bersedia membela nama baik perusahaan seperti bisnisnya sendiri.
8. *Partners* yaitu nasabah yang terbentuk dari kerja sama secara aktif untuk memajukan usaha.²⁰

Tahapan loyalitas nasabah dibagi ke dalam lima tingkatan, yaitu:

1. *Terrorist Customer*

Terrorist Customer adalah nasabah yang suka menjelek-jelekan merek perusahaan dikarenakan tidak suka atau pernah tidak puas dengan layanan yang diberikan perusahaan. Nasabah seperti ini berikap seperti teroris yang suka menyusahkan perusahaan.

2. *Transactional Customer*

Transactional Customer yaitu nasabah yang memiliki hubungan dengan perusahaan yang sifatnya sebatas transaksi, nasabah seperti ini membeli satu atau dua kali, sesudah itu dia tidak mengulangi pembeliannya, atau apabila melakukan pembelian lagi sifatnya kadang-kadang. Nasabah yang memiliki sifat seperti ini mudah datang dan pergi karena tidak memiliki relationship yang baik dengan produk/merek perusahaan, basis relationshipnya adalah transaksional.

3. *Relationship Customer*

²⁰ Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian., Edisi Kelima. Jilid I, Terjemahan Ellen Gunawan. (Jakarta: Erlangga, 2009) h. 114

Relationship Customer, dimana tipe nasabah ini nilai ekuitasnya lebih tinggi dibanding dua jenis nasabah di atas, nasabah jenis ini telah melakukan repeat buying dan pola hubungannya dengan produk atau merek perusahaan adalah relasional.

4. *Loyalitas Customer*

Nasabah jenis ini tidak hanya melakukan *repeat buying*, tapi lebih jauh lagi sangat loyal dengan produk dan merek perusahaan. Bila ada orang lain yang menjelekkan perusahaan, nasabah ini tetap bertahan, dia tetap bersama perusahaan seburuk apapun orang menjelekkan perusahaan.

5. *Advactor Customer*

Jenis nasabah yang terakhir adalah *Advocator Customer*, nasabah dengan tingkatan tertinggi, nasabah semacam ini sangat sangat istimewa dan excellent, mereka menjadi aset terbesar perusahaan bila perusahaan memilikinya. *Advocator Customer* adalah nasabah yang selalu membela produk dan merek perusahaan, nasabah yang menjadi juru bicara yang baik kepada nasabah lain dan nasabah yang marah apabila ada orang lain menjelek-jelekkan merek perusahaan.²¹

b. Peran Penting Loyalitas Nasabah

Manfaat atau keuntungan loyalitas nasabah diantaranya:

1. Dapat mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik nasabah yang baru lebih mahal)
2. Dapat mengurangi biaya transaksi
3. Dapat mengurangi biaya turn over konsumen (karena penggantian konsumen yang lebih sedikit)
4. Dapat meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.

²¹ Ibid, Hurriyati Ratih. (2007).h. 134-135

5. Mendorong *word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa nasabah yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.
6. Dapat mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya penggantian, dan lain-lain)²²

Konsumen yang puas terhadap jasa pelayanan perusahaan akan berperilaku sebagai berikut:

1. Merekomendasi perusahaan kepada orang lain.
2. Mendorong teman atau sahabat untuk berbisnis dengan perusahaan.
3. Mempertimbangkan perusahaan sebagai pilihan pertama jika ingin membeli jasa serupa.
4. Membeli jasa perusahaan dimasa mendatang.
5. Menginformasikan hal-hal yang baik dari perusahaan kepada orang lain.²³

Dengan perilaku konsumen yang seperti itu sangat berpengaruh besar pada perusahaan salah satunya adalah menaikkan jumlah nasabah.

c. Faktor-faktor Loyalitas Nasabah

Pada penjelasan tentang pengertian loyalitas nasabah dikatakan bahwa seorang nasabah yang loyal akan tetap setia untuk menggunakan (mengkomsumsi) merek suatu produk yang ia percayai dapat memuaskan kebutuhan atau keinginannya. Ia tidak mudah beralih ke merek lain kecuali merek tersebut dapat memberikan manfaat yang lebih.²⁴

Faktor-faktor loyalitas nasabah terdiri dari lima, yaitu:

1. Kepuasan Nasabah

Jika perusahaan dapat memberikan servis yang melebihi ekspektasi nasabah, maka nasabah pasti akan puas. Nasabah yang puas pasti akan mempunyai tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk dibandingkan dengan nasabah yang tidak puas.

²² Ibid, Huriyati, 2005 h.168

²³ Suhartanto, Dwi. Perilaku Konsumen Tinjauan Aplikasi di Indonesia. (Bandung: Guardaya Intimarta, 2008) h. 44

²⁴ Kartajaya Hermawan. Boosting Loyalty Marketing Performance, Menggunakan Teknik Penjualan, Customer Relationship Management dan Servis untuk Mendongkrak Laba. (Jakarta: Mijan Pustaka, Cetakan pertama.2007) h.24

2. Retensi Nasabah

Pada faktor ini perusahaan lebih fokus pada upaya mempertahankan jumlah nasabah yang telah ada dengan meminimalkan jumlah nasabah yang hilang. Selain itu diketahui bahwa biaya menarik nasabah baru semakin hari semakin mahal dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan nasabah yang telah ada. Disamping itu nasabah yang hilang cenderung akan menjadi teroris bagi perusahaan, karena menyebarkan berita buruk kepada nasabah lain, jika tidak dikelola dengan baik.

3. Migrasi Nasabah

Pada faktor ini adalah mempertahankan nasabah yang telah ada jauh lebih menguntungkan daripada membiarkannya hilang, kemudian mencarinasabah baru sebagai gantinya.

4. Antusiasme Nasabah

Perpindahan nasabah terus terjadi meski nasabah telah puas dengan produk dan servis yang diberikan perusahaan dan bahkan dengan program loyalitas yang disediakan perusahaan. Atau bisa juga perpindahan nasabah terjadi karena suatu hal, meskipun nasabah mengaku puas dan loyal terhadap produk. Sejauh nasabah mau mereferensikan dan merekomendasikan sebuah brand kepada orang lain, maka selama itu pula ia termasuk nasabah yang loyal.

5. Spiritualitas Nasabah

Loyalitas tidak hanya berada dalam pikiran (*mind*), mengingat dan menggunakan produk, dalam hati (*heart*), mereferensikan dan merekomendasikan pemakaian kepada orang lain, tetapi juga telah menjadi bagian dari diri nasabah seutuhnya (*spirit*). Rasanya, tanpa memakai produk yang dicintainya, nasabah tidak bisa hidup.²⁵

d. Cara Menciptakan Loyalitas Nasabah

²⁵Ibid, Kartajaya Hermawan. h. 25

Loyalitas nasabah tidak dapat tercipta begitu saja, tetapi harus dirancang dan diciptakan oleh perusahaan, adapun tahap-tahap dalam perancangan loyalitas adalah:

1. *Define Customer Value*

- a) Identifikasi segemen nasabah sasaran
- b) Definiskan nilai nasabah sasaran dan tentukan nilai nasabah mana yang menjadi pendorong keputusan pembelian dan penciptaan loyalitas.
- c) Ciptakan deferensiasi brand promise

2. *Design The Branded Customer Experience*

- a) Mengembangkan pemahaman Customer Experience
- b) Merancang perilaku karyawan untuk merealisasikan brand promise.
- c) Merancang perubahanstrategi secara keseluruhan untuk merealisasikan pengalaman nasabah yang baru.

3. *Equip people and deliver consistently*

- a) Mempersiapkan pemimpin untuk menjalankan dan memberikan pengalaman kepada nasabah
- b) Melengkapi pengetahuan dan keahlian karyawan untuk mengembangkan dan memberikan pengalaman kepada nasabah dalam setiap interaksi yang dilakukan nasabah terhadap perusahaan
- c) Memperkuat kinerja perusahaan melalui pengukuran dan tindakan kepemimpinan

4. *Sustain and enhance performance*

- a) Gunakan respon timbal balik nasabah dan karyawan untuk memelihara nasabah secara berkesinambungan dan mempertahankan pengalaman nasabah.
- b) Membentuk kerjasama antara sistem HRD (*Human Resource Development*) dengan proses bisnis yang terlibat langsung dalam memberikan dan menciptakan pengalaman nasabah.

- c) Secara terus menerus mengembangkan dan mengkomunikasikan hasil untuk menanamkan *Branded Customer Experience* yang telah dijalankan perusahaan.²⁶

e. Indikator Loyalitas Nasabah

Indikator loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*).

Nasabah yang telah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan dan merasa puas dengan apa yang diperoleh akan membentuk hubungan yang erat antara nasabah dengan apa yang ia inginkan, sehingga nasabah tersebut akan melakukan pembelian secara teratur.

2. Merekomendasikan produk kepada orang lain (*refers other*)

Nasabah yang selalu merekomendasikan produk kepada orang lain adalah suatu aset terbesar bagi perusahaan, dimana nasabah ini selain merekomendasikan akan selalu membela produk dan merek perusahaan, nasabah akan menjadi juru bicara yang baik pada nasabah lain dan nasabah akan marah apabila ada orang lain menjelek-jelekkkan merek perusahaan.

3. Mempertimbangkan perusahaan sebagai pilihan pertama

Nasabah yang telah memilih perusahaan sebagai pilihan pertamanya akan sulit untuk dipengaruhi walaupun ada perusahaan lain yang menawarkan produk sejenis, nasabah tersebut akan sulit untuk berpaling ke produk tersebut.

4. Membeli produk perusahaan dimasa mendatang.

Nasabah yang diharapkan oleh sebuah perusahaan adalah nasabah yang akan melakukan pembelian dimasa mendatang, dimana nasabah dengantipe ini akan menguntungkan perusahaan. Tetapi perusahaan harus dapat mempertahankan dengan apa yang diharapkan oleh nasabah tersebut. Nasabah ini tidak sensitive

²⁶ Ibid, h. 130

terhadap harga, tidak segan mengeluarkan uang untuk sesuatu yang hanya bisa dinikmati pada masa yang akan datang dan yang paling penting memiliki komitmen untuk tetap melakukan pembelian dimasa mendatang.²⁷

B. Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	Roisatul Mahmudah	Implementasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Bmt Ugt Sidogiri Capem Gadang	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya implementasi pada dimensi proses yang menurut Pepper and Rogers (2010) terdapat tujuh tahap, namun hasil penelitian menunjukkan bahwasannya implementasi CRM pada dimensi proses ini hanya enam tahap yaitu identifikasi, kustomisasi, berbagi informasi, keterlibatan anggota, kemitraan jangka panjang, serta pemecahan masalah bersama, tahap diferensiasi tidak berlaku di BMT.
2	Muhammad Iqbal Dimas Randy,	Implementasi Customer Relationship	Kualitatif	Sistem informasi yang digunakan oleh UD. Iwek-P belum terlaksana dengan baik,

²⁷Hurriyati Ratih, h. 130

	Endang Siti Astuty dan Riyadi	Management(CRM) pada UD. Iwek-P Adventure Kota Malang		serta ada masalah dari sistem informasi sumber daya manusianya. Oleh karena itu, peneliti memberikan alternatif, dengan memberikan aplikasi ZURMO CRM yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut.
3.	Anatasha Onna Carissa, Achmad Fauzi dan Srikandi kumadji	penerapan Customer Relationship Management(CRM) sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada Bandung Sport Distro Malang	Deskriptif	peneliti menyatakan bahwa penerapan Customer Relationship Management (CRM) yang dilakukan oleh Bandung Sport sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan sudah baik.
4.	Husnah dwi fahira	Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Nasabah(Studi Pada Bank Bni Syariah Kc Banda Aceh)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa customer relationship management yang meliputi Continuity Marketing, One to One Marketing, dan Partnering Programme berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah KC Banda Aceh.
5.	Mohammed Alamgir and	Customer Relationship	Kualitatif	Setelah dilakukannya penelitian ini mendapat

	Mohammed Shamsuddoha	Management (CRM) Success Factors: An Exploratory srudy		kesimpulan bahwa peneliti menemukannya beberapa faktor yang membuat suksesnya sistem CRM.
--	----------------------	--	--	---

Dari beberapa penelitian diatas, adapun yang menjadi persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini antara lain dalam penelitian saat ini menggunakan metode pendekatan kualitatif namun tetap sama analisis dengan penelitian terdahulu. Dan pembahasan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti mengenai *Implementasi Customer Relationship Management*. Selain itu yang menjadi perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada tempat pelaksanaan penelitian dan waktu yang digunakan dalam proses penelitian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif, karena penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang dilakukan secara wajar dan natural sesuai dengan kondisi objektif dilapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kualitatif.²⁸

Penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.²⁹

Dari teori-teori diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya data yang diperlukan pada penelitian kualitatif bukanlah berupa angka-angka, melainkan data yang berupa suatu keadaan atau kejadian baik data yang diperoleh dari wawancara, data yang diperoleh dari lokasi penelitian, arsip ataupun dokumen pribadi mengenai sebuah kejadian. Jadi, penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif ini adalah penelitian yang menggabungkan antara fakta empiris, fenomena dan kejadian dengan teori-teori yang ada.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Lokasi penelitian adalah tempat untuk melaksanakan suatu penelitian. Adapun yang menjadi tempat dari penelitian ini adalah PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli Jl. Multatuli Raya Blok FF No.38

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang di rencanakan dalam penelitian ini ada akan dimulai pada Agustus-September 2021 dengan tetap menerapkan protokol kesehatan.

²⁸ Arifin, Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D (Bandung : Alfabeta, 2011) h. 147

²⁹ Nazir, Moh, Metode Penelitian (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014) h. 43

Tabel 3.1
Kegiatan penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Bulan														
		Juni 2021			Juli 2021			Agustus 2021			September 2021			Oktober 2021		
1	Pengajuan judul	■														
2	Penyusunan proposal				■											
3	Bimbingan proposal							■								
4	Seminar proposal										■					
5	Pengelolaan data										■					
6	Bimbingan skripsi										■					
7	Sidang meja hijau													■		

C. Kehadiran Peneliti

Pada penelitian ini, kehadiran peneliti sangat berperan penting dan diharapkan wajib hadir dengan maksimal. Peneliti harus terlibat secara langsung dalam kegiatan penelitian dan harus terjun langsung ke orang-orang yang akan diteliti dalam bentuk wawancara. Peneliti melakukan penelitian pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

Adapun data-data yang dibutuhkan peneliti diantaranya setruktur organisasi perusahaan, data kearsipan nasabah, dokumen, laporan-laporan jumlah nasabah pertahunnya serta pelaksanaan manajemen CRM dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian

D. Tahapan Penelitian

Tahap pra penelitian yaitu menentukan tempat/lokasi serta melakukan survei ke lokasi penelitian pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli. Kemudian, peneliti menentukan topik pembahasan yang akan diteliti dengan cara bertanya langsung tentang permasalahan yang dapat diteliti pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli, setelah disetujui peneliti dapat mengajukan surat izin melakukan penelitian.

1. Tahap kegiatan lapangan, tahap ini adalah mengumpulkan data-data yang terkait dengan fokus penelitian yaitu tentang Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Mempertahankan dan Meningkatkan jumlah Nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli. Data-data yang dikumpulkan adalah mengenai implementasi *Customer Relationship Management* di PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli.
2. Tahap analisis data, pada tahap ini dilakukan untuk sebuah kegiatan mengolah data yang didapatkan melalui wawancara dan dokumentasi.
3. Tahap penulisan laporan, dalam tahap ini dilakukan penyusunan hasil dari pengumpulan data pada saat penelitian. Kemudian melakukan konsultasi hasil penelitian tersebut dengan dosen pembimbing untuk mendapatkan masukan sebagai perbaikan untuk penulisan laporan sehingga hasil penelitian menjadi lebih baik dan sempurna.
4. Langkah terakhir yaitu peneliti melakukan pengurusan kelengkapan persyaratan untuk mengadakan ujian skripsi

E. Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang bersifat kualitatif. Data bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari responden dan data sekunder didapatkan dari buku perpustakaan, dan dokumentasi dari informasi khusus seperti buku dan karangan/tulisan.

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan para staf yang ada pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

2. Data Skunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas: setruktur organisasi perusahaan, data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian. Data skunder pada penelitian ini didapat dari data-data Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah pencari data untuk mendapatkan sebuah keterangan, penerangan pengetahuan dan bukti.

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang dilaksanakan di PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli ini menggunakan beberapa cara pengumpulan data selama proses penelitian berlangsung, diantaranya sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Langsung Pengumpulan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung yaitu pengambilan data dengan cara menggunakan mata secara langsung tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.³⁰

2. Metode Wawancara

Salah satu pengumpulan data dilakukan melalui wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara).³¹ Sedangkan menurut W. Gulo (2007: 119) wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan informan³². Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu para staf PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

³⁰ Ibidh, Nazir.. h. 154

³¹ Ibidh, Nazir.. h. 170

³² Gulo, W, Metodologi Penelitian (Jakarta : Grasindo, 2007), h. 119

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu metode pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Adapun metode dokumentasi yang dipakai oleh peneliti bertujuan untuk melengkapi data, observasi dan wawancara. Dokumen yang digunakan oleh peneliti adalah company profile dan foto ketika berlangsungnya penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif tidak menganalisis data-data yang berupa angka, umumnya tidak pula menggunakan statistik-statistik. Penelitian kualitatif biasa digunakan untuk pendekatan penelitian historis, penelitian kepustakaan, penelitian eksploratif dan penelitian-penelitian lain yang tidak memerlukan analisis terhadap angka-angka.³³ Aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai dengan tuntas, sehingga data yang diperoleh sudah jenuh³⁴.

Ada tiga aktifitas dalam analisis data yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama penelitian kualitatif yaitu sebuah penemuan. Maka dari itu, apabila peneliti melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang tidak dikenal, asing, belum memiliki pola, hal itulah yang harus diperhatikan oleh peneliti dalam melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan wawasan yang tinggi.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sebagainya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan

³³ Azuar juliandi, et al. Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi, (Medan: Umsu Press, 2014), h. 85

³⁴ Miles, B. Mathew dan Michael Huberman, Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru (Jakarta: UIP, 1992) h. 156

peneliti dalam memahami fenomena yang terjadi, merencanakan pekerjaan yang harus dilakukan selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami oleh peneliti.

3. Penarikan Kesimpulan (*Verification*)

Pada langkah ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang dilakukan oleh peneliti masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang dapat mendukung pada pengumpulan data selanjutnya. Tetapi apabila kesimpulan awal mendapatkan dukungan dari bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat berlangsungnya pengumpulan data dilapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan oleh peneliti merupakan kesimpulan yang kredibel.³⁵

H. Pemeriksaan Keabsahan Temuan

Dalam penelitian kualitatif pemeriksaan keabsahan temuan dilakukan dengan beberapa teknik, yaitu:³⁶

1. Kepercayaan (*Kredibility*)

Penerapan kepercayaan pada dasarnya menggantikan konsep validitas internal dari nonkualitatif. Kriteria ini berfungsi: pertama, melaksanakan inkuiri sedemikian rupa sehingga tingkat kepercayaan penemuannya dapat dicapai. Kedua, mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan ganda yang sedang diteliti.

2. Keteralihan (*Transferability*)

Keteralihan (*transferability*) menyatakan bahwa generalisasi suatu penemuan dapat berlaku atau diterapkan pada semua konteks dalam populasi yang sama atas dasar penemuan yang diperoleh pada sampel yang secara representatif mewakili populasi.

3. Kebergantungan (*Dependability*)

³⁵ Prof. Dr. Sugiono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), (Bandung: Alfabeta, 2011), h.337-339

³⁶ Lexy J. Moleong, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), h.326.

Kebergantungan merupakan substansi istilah reliabilitas dalam penelitian yang nonkualitatif. Pada cara nonkualitatif, reliabilitas ditunjukkan dengan jalan mengadakan replikasi studi.

4. Kepastian (*Confirmability*)

Kriterium kepastian berasal dari konsep objektivitas menurut nonkualitatif. Nonkualitatif menetapkan objektivitas dari segi kesepakatan antarsubjek. Dari sini pemastian bahwa sesuatu itu objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat dan penemuan seseorang.

5. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

6. Pemeriksaan Sejawat

Teknik ini dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Teknik ini mengandung beberapa maksud sebagai salah satu teknik pemeriksaan keabsahan data.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Penelitian

1. Sejarah PT. Bank SUMUT

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 4 November 1961 dengan sebutan BPDSU. Sesuai dengan ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah Tingkat I Sumatera Utara maka pada tahun 1962 bentuk usaha dirubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan modal dasar pada saat itu sebesar Rp 100 Juta dengan saham yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tingkat I Sumatera Utara dan Pemerintah Daerah Tingkat II se Sumatera Utara pada tahun 1999, bentuk hukum BPDSU dirubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT.³⁷

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara atau disingkat PT. Bank Sumut yang berkedudukan dan berkantor pusat di Medan, JL. Imam Bonjol No. 18 Medan. Modal dasar pada saat itu menjadi Rp 400 Miliar yang selanjutnya dengan pertimbangan kebutuhan proyeksi pertumbuhan bank, ditahun yang sama modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp 500 Miliar. Laju pertumbuhan Bank Sumut kian menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan dilihat dari kinerja dan prestasi yang diperoleh dari tahun ke tahun, tercatat total aset Bank Sumut mencapai 10,75 Triliyun pada tahun 2009 dan menjadi 12,76 Triliyun pada tahun 2010.

Didukung semangat menjadi Bank Profesional dan tangguh menghadapi persaingan dengan digalakkannya program tothe best yang sejalan dengan road map BPD Regional Champion 2014, tentunya dengan konsekuensi harus memperkuat permodalan yang tidak lagi mengandalkan saham dari pemerintah daerah, melainkan dari permodalan lain seperti obligasi. Modal Bank ditingkatkan lagi dari Rp 1 Triliun pada tahun 2008 menjadi Rp 2 Triliun pada tahun 2011 dengan total aset meningkat menjadi 18,95 Triliun. Bank Sumut termasuk dalam jajaran Bank Pembangunan Daerah yang memiliki aset terbesar, saat ini asetnya telah mencapai 27 triliun dengan dukungan 200 unit

³⁷<https://www.banksumut.co.id/sejarah-bank-sumut/>

kantor yang terdiri dari Kantor Cabang Utama, Kantor Cabang , Cabang Pembantu, Cabang Unit Mikro serta payment point, dengan cakupan wilayah kerja hingga DKI Jakarta (Cabang Atrium Senen, Cabang Melawai dan Capem Tanah Abang).

2. Sejarah Bank Sumut Syariah

Pendirian Unit Usaha Syariah didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya umat islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi gagasan dan wacana untuk mendirikan Unit Usaha Syariah telah berkembang cukup lama dikalangan stakeholder Bank Sumut , khususnya Direksi dan Komisaris, yaitu sejak dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah. PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah diresmikan pada tanggal 04 November 2004, dengan dibukanya 2 unit Kantor Operasional yaitu³⁸ :

- 1) Kantor Cabang Syariah Medan.
- 2) Kantor Cabang Syariah P.Sidimpuan

Sejalannya waktu sampai dengan tahun 2018 ini Bank Sumut Unit Usaha Syariah telah memiliki 22 kantor Operasional yang terdiri dari 5 Kantor Cabang dan 17 Kantor Cabang Pembantu yang tersebar di Medan dan kota-kota besar lainnya di Sumatera Utara yaitu:

- 1) Kantor Cabang Syariah Medan
- 2) Kantor Capem Syariah Stabat
- 3) Kantor Capem Syariah Multatuli
- 4) Kantor Capem Syariah Karya
- 5) Kantor Capem Syariah HM. Joni
- 6) Kantor Cabang Syariah Medan Ring Road
- 7) Kantor Capem Syariah Binjai
- 8) Kantor Capem Syariah Kota Baru Marelan
- 9) Kantor Capem Syariah HM. Yamin

³⁸<https://text-id.123dok.com/document/nq7w377kz-sejarah-singkat-bank-sumut-syariah.html>

- 10) Kantor Capem Syariah Marelان Raya
- 11) Kantor Capem Syariah Hamparan Perak
- 12) Kantor Capem Syariah Kayu Besar
- 13) Kantor Cabang Syariah Padang Sidempuan
- 14) Kantor Capem Syariah Panyabungan
- 15) Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi
- 16) Kantor Capem Syariah Lubuk Pakam
- 17) Kantor Capem Syariah Kisaran
- 18) Kantor Capem Syariah Kampung Pon
- 19) Kantor Cabang Syariah Sibolga
- 20) Kantor Cabang Syariah Pematang Siantar
- 21) Kantor Capem Syariah Perdagangan
- 22) Kantor Capem Syariah Rantau Prapat

3. Sejarah PT. Bank Sumut KCPSy Multatuli

Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Multatuli didirikan pada tanggal 22 November 2010 dibawah pimpinan pertama yang bernama Ari Asriadi, kemudian dilanjutkan oleh Iwan Ginda Harahap, kemudian Muhammad Indris lau Muhammad Andi Hakim hingga Pimpinan saat ini bernama Sofian Hadi.

4. Visi dan Misi Bank Sumut Syariah

1) Visi

Menjadi Bank andalan untuk membantu dan mendorong perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat prinsip syariah.

2) Misi

Mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah.

5. Statement Budaya Perusahaan

Statement budaya perusahaan atau yang sering dikenal dengan nama motto dari PT. Bank Sumut adalah memberikan pelayanan terbaik.

- 1) Berusaha untuk selalu terpercaya
- 2) Energik dalam melakukan setiap kegiatan
- 3) Selalu bersikap ramah
- 4) Membangun hubungan secara bersahabat
- 5) Menciptakan suasana yang aman dan nyaman
- 6) Memiliki integritas tinggi.
- 7) Komitmen dalam memberikan pelayanan yang terbaik.

6. Logo dan Makna dari Logo Bank Sumut Unit Usaha Syariah

- 1) Logo PT Bank Sumut Syariah³⁹



Gambar 4.1 logo PT. Bank Sumut Syariah

- 2) Makna logo PT. Bank Sumut Syariah

Kata kunci dari logo PT. Bank Sumut Syariah adalah sinergi. Maksudnya adalah kerjasama yang erat sebagai langkah lanjut dalam meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, berbekal kemauan kerja yang keras yang didasari dengan profesional dan siap memberikan pelayanan yang terbaik. Bentuk logo Bank Sumut menggambarkan dua elemen yaitu dalam bentuk huruf U yang saling bersinergi dan membentuk huruf S yang merupakan kata awal dari Sumut yang berarti

³⁹ <https://aktual.com/pisahkan-unit-syariah-bank-sumut-harap-disuntik-modal-minimum-rp230-miliar/>

gambaran bentuk kerjasama antar PT. Bank Sumut Syariah dengan masyarakat Sumut sebagaimana yang terdapat pada visi Bank Sumut.

Warna orange sebagai simbol suatu hasrat untuk terus maju yang dilakukan dengan energik dan dipadu dengan warna biru yang berarti sportif dan profesional sebagaimana yang terdapat pada misi Bank Sumut. Warna putih sebagai ungkapan ketulusan ini memiliki tujuan tertentu yaitu untuk melayani sebagaimana statement Bank Sumut. Jenis hurufnya yaitu “*Platino Bold*” yang bersifat sederhana dan mudah dibaca. Penulisan Bank dengan huruf kecil dan Sumut dengan huruf kapital guna agar lebih mengedepankan Sumatera Utara sebagai gambaran dan keinginan serta dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.

7. Ruang Lingkup Bidang Usaha

PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Multatuli Medan adalah sebuah badan usaha yang bergerak dalam bidang keuangan dan perbankan yang berbentuk badan hukum yang berupa Perseroan Terbatas. PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Multatuli ini dalam kegiatan sehari-harinya dalam menghimpun dana maupun menyalurkan dan menerapkan prinsip-prinsip syariah.

Dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-harinya PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Multatuli dapat dibagi dalam beberapa jenis kegiatan yang meliputi: pelayanan dalam bentuk Produk Penghimpun Dana, Pembiayaan dan Jasa-jasa Bank Sumut Unit Usaha Syariah yang merupakan wujud komitmen untuk memberikan “Pelayanan Terbaik”.

8. Produk- Produk Bank SUMUT Syariah

Adapun beberapa produk yang ditawarkan oleh Bank Sumut Syariah adalah sebagai berikut:

1) Giro iB Utama Wadiah

Simpanan Giro iB Utama Wadiah merupakan produk penyimpanan dana yang menggunakan prinsip wadiah Yad dhamanah (Titipan Murni). Pada Produk ini nasabah menitipkan

dana pada bank dan bank akan mempergunakan dana tersebut sesuai dengan prinsip syariah dan menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu nasabah membutuhkannya. Adapun media penarikan untuk Giro ini adalah blanko cek dan giro.

2) Giro iB Mudharabah Produk

Giro iB Mudharabah dipersiapkan untuk mengantisipasi perkembangan penggunaan produk-produk perbankan syariah oleh masyarakat. Selama ini produk investasi perbankan yang ditawarkan umumnya berbentuk tabungan dan deposito atas dasar akad Mudharabah (berbagi hasil) sedangkan produk giro menggunakan akad Wadiah (Titipan)..

3) Tabungan iB Prioritas

Tabungan berjangka yang ditujukan untuk membantu anda memenuhi segala rencana dengan 2 pilihan jenis setoran rutin atau non rutin (bebas) yang dilengkapi dengan asuransi jiwa.

4) Tabungan Marhamah

Tabungan Marhamah merupakan produk penghimpunan dana yang dalam pengelolannya menggunakan prinsip Mudharabah Muthalaqah, yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (shahibul mal) dan bank sebagai pihak yang bebas tanpa pembatasan dari pemilik dana menyalurkan dana nasabah tersebut dalam bentuk pembiayaan kepada usaha yang menguntungkan dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Tabungan ini dilengkapi fasilitas ATM .

5) Tabungan Makbul

Tabungan iB Makbul adalah produk tabungan khusus PT Bank Sumut sebagai sarana penitipan BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) penabung perorangan secara bertahap ataupun sekaligus dan tidak melakukan transaksi penarikan.

6) Tabungan Marwah

Tabungan Marwah merupakan tabungan yang dikelola berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah yang merupakan titipan murni dengan seizin pemilik dana (shahibul mal) bank dapat mengelolanya didalam operasional bank untuk mendukung sektor real dengan menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh pemilik dana.

7) Tabungan Simple iB

Tabungan Simpel iB (Simpanan Pelajar) merupakan tabungan yang diperuntukkan khusus bagi para pelajar, dimana seorang pelajar dapat memiliki rekening dan buku tabungan sendiri dan pihak bank yang telah bekerjasama dengan sekolah tersebut yaitu dengan mengajukan surat permohonan pembukaan tabungan simpel iB.

8) Deposito iB Ibadah Mudharabah

Prinsipnya sama dengan tabungan marhamah, akan tetapi dana yang disimpan oleh nasabah hanya dapat ditarik berdasarkan jangka waktu yang telah ditentukan dengan bagi hasil keuntungan yang telah disepakati bersama. Investasi akan disalurkan untuk usaha yang produktif dan halal.

9) Pembelian Ruko & Rukan

Pembiayaan bagi nasabah yang ingin membeli ruko. Disini nasabah bebas memilih rukoyang diinginkan dan jangka pelunasan pinjamannya bisa sampai 10 tahun.

10) Pembelian Rumah Subsidi FLPP

Dukungan likuiditas kepada masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) yang pengelolaan oleh Kementrian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (Kementrian-PUPERA) diperuntukkan pada Pegawai/karyawan yaitu Pegawai Negeri Sipil, Pegawai Tetap/Honor/Outsourcing dari Lembaga /Instansi/BUMN/BUMD/Perusahaan Swasta /TNI/Polri yang

berpenghasilan tetap dan bebas pemilihan rumah yang bekerjasama dengan PT Bank SUMUT UUS.

11) Modal Kerja Konstruksi Perumahan

Pembiayaan yang diberikan untuk modal membangun perumahan yang dilakukan oleh developer. Pembayaran sesuai cashflow penjualan dan dalam jangka dua tahun.

12) Modal Kerja Umum

Pembiayaan yang ditujukan untuk pembelian/pengadaan barang modal/produksi yang ditujukan kepada perorangan/perusahaan. Dengan bagi hasil pembiayaan yang kompetitif.

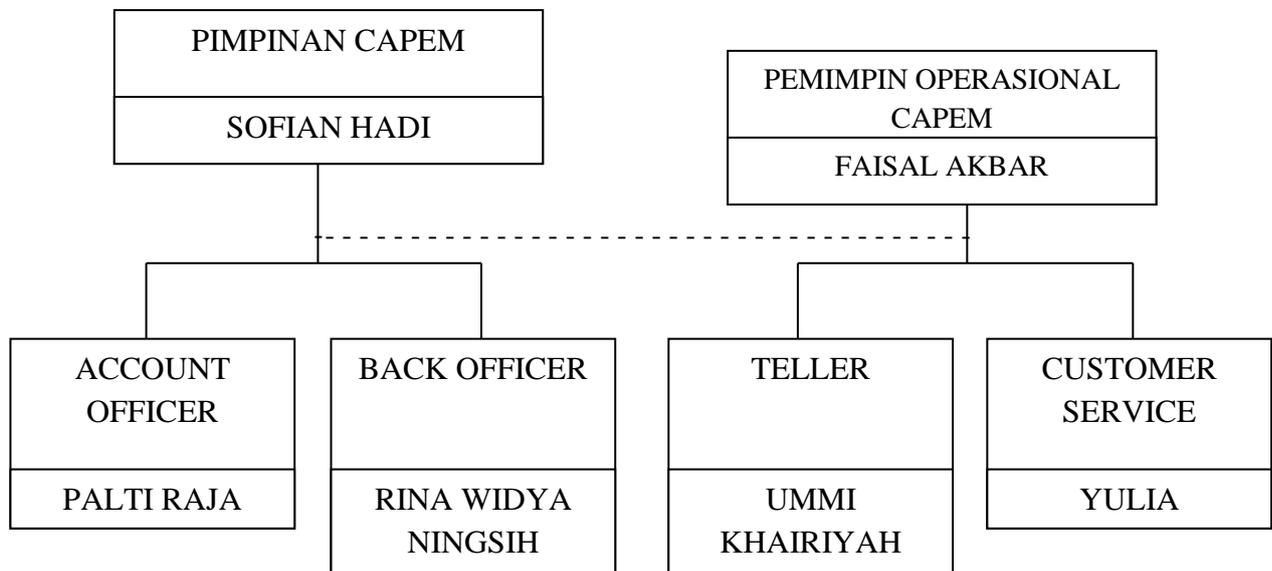
13) Multiguna PNS & Swasta

Pembiayaan berupa penyediaan dana untuk berbagai keperluan yang bersifat konsumtif/investasi/modal kerja dengan prinsip jual-beli (Murabahah) diperuntukkan untuk pegawai-pegawai pada satu instansi yang telah melakukan Memorandum of Understanding dengan PT. Bank Sumut UUS baik payroll ataupun tidak payroll di PT. Bank Sumut UUS.

9. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan untuk memperlihatkan satuan-satuan kerja dalam satu organisasi serta alat untuk mencapai tujuan perusahaan dan untuk memudahkan koordinasi, komunikasi, dan kontrol atas semua aktivitas yang ada diperusahaan. Di bawah ini merupakan struktur organisasi dan jabatannya.

Gambar 4.2 struktur organisasi PT. Bank Sumut KCPSy Multatuli



Sumber: PT. Bank Sumut KCPSy Multatuli

Berikut uraian tugas dan tanggung jawab dari struktur organisasi yang terdapat pada PT. Bank SUMUT KCP Syariah Multatuli.

- 1) Tugas dan tanggung jawab Pemimpin Cabang Syariah yaitu :
 - a. Memimpin, mengkoordinasi mengarahkan, membimbing, mengawasi, dan mengevaluasi.
 - b. Mengajukan rencana anggaran, investasi, inventaris dan jaringan kantor untuk dituangkan ke dalam rencana kerja Anggaran Tahunan Bank.
 - c. Menyusun kerja kantor Cabang Syariah sehubungan dengan upaya pencapaian target rencana kerja dan melakukan pemantauan serta mengevaluasi pelaksanaannya.
 - d. Meginjak lanjut hasil temuan dan atau rekomendasi dari Kontrol Intern/ Satuan Pemeriksaan Internal (SPI) Pemeriksaan Eksternal serta melaporkan tindak lanjut temuan kepada dieksi divisi Pengawasan.
 - e. Memberikan sikap proses pengambilan keputusan dan memastikan resiko-resiko yang diambil atas setiap dalam

- keputusan dalam batas toleransi yang tidak merugikan Bank baik saat maupun masa yang akan datang.
- f. Meminimalisir setiap potensi resiko yang mungkin terjadi pada kegiatan operasional, pembiayaan, likuiditas, pasar, dan resiko lainnya.
 - g. Melaporkan setiap risiko yang berpotensi terjadi atas setiap kegiatan Kantor Cabang Syariah kepada Direksi.
 - h. Memantau dan memastikan serta melaporkan setiap transaksi yang dikategorikan transaksi keuangan tunai (Cash transaction) dan transaksi keuangan mencurigakan (Suspicious Transaction).
 - i. Melakukan evaluasi atas kinerja unit kantor/kerja dibawahnya.
 - j. Mengelola dana pemerintah Daerah (untuk unit kantor yang ada) rekening kas daerah) dan menjaga agar tidak beralih ke bank lain.
 - k. Memelihara dan menjaga Giro Wajib Minimum (GWM) kantor cabang syariah.
 - l. Mengelola dan mengamankan kunci penyimpanan uang dan surat berharga/ surat agunan pembiayaan.
 - m. Menghadiri dan memberikan pendapat dalam rapat kelompok pemutus pembiayaan.
 - n. Mereview analisa pembiayaan Bank garansi diatas wewenang unit kantor dibawahnya.
 - o. Menyelenggarakan acara secara serah terima jabatan dan pengambilan sumpah jabatan kepada pegawai yang dipromosikan sebagai pejabat structural di bawahnya sesuai periodic dalam yang berlaku.
 - p. Mengadakan rapat yang bersifat koordinasi, bimbingan, pengarahan, transfer of knowledge dan atau sosialisasi ketentuan maupun produk baru secara periodic dalam rangka peningkatan kinerja, pengetahuan dan pelayanan.
 - q. Memberikan atau pertimbangan kepala Direksi tentang langkah-langkah yang perlu diambil dibidang tugasnya.

- r. Melakukan koordinasi kerja dengan unit kerja di kantor pusat maupun unit kerja dibawahnya.
 - s. Mewakili bank dalam mengadakan hubungan/ kerjasama dengan pihak lain berkaitan pelaksanaan fungsi kantor cabang syariah.
 - t. Membantu laporan terkait operasioanl Bank sesuai ketentuan yang berlaku.
 - u. Melaksanakan tugas lainnya sesuai fungsi dan aktivitas kantor cabang syariah.
- 2) Tugas dan tanggung jawab Kepala Seksi Operasional yaitu :
- a. Melakukan pembinaan, pengawasan dan pengaturan seluruh kegiatan operasional Pelaksana TransferInkasoPajak, Pelaksana Kliring, Pelaksana Verifikasi, Pelaksana Akuntansi IT dan Laporan, Pelaksanaan UmumKepegawaian serta Pelaksana Administrasi Pembiayaan.
 - b. Membuat dan memeriksa akad pembiayaan, memeriksa keabsahan barang agunan, melakukan pengikatan barang agunan dan akad perjanjian lainnya, serta mempersiapkan akta pengakuasn hutang ke Notaris.
 - c. Mempergunakan seluruh menu pada aplikasi Olib's Syariah yang terdapat pada fungsi Administrator Pembukuan dan atau Administrator Pembiayaan dan atau Supervisi Pembiayaan
- 3) Tugas dan Tanggung Jawab Customer Service yaitu:
- a. Melayani nasabah pada waktu pembukaan dan penutupan (tabungan, giro, dan deposito).
 - b. Memberikan penjelasan secara ringkas kepada nasabah mengenai produk-produk Bank Sumut Syariah.
 - c. Melayani dan menyelesaikan berbagai masalah serta complain nasabah.
 - d. Memelihara persediaan yang kelengkapan aplikasi setoran, transfer, dan aplikasi lainnya di counter.

- e. Memelihara persediaan aplikasi-aplikasi yang berhubungan dengan pembukaan/penutupan rekening (giro, tabungan, dan deposito).
 - f. Bertanggung jawab terhadap current file nasabah (giro, tabungan, dan deposito).
 - g. Menghubungi nasabah untuk mengambil saldo rekening tutup (khusus kepada penarikan kliring SP III).
 - h. Melayani setoran BPIH serta melakukan cross selling.
 - i. Memberikan informasi kepada account manager funding apabila terdapat calon nasabah potensial yang perlu dilakukan pendekatan untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah.
- 4) Tugas dan tanggung jawab Teller yaitu:
- a. Sebagai penerima setoran uang
 - b. Menghitung uang mengecek keaslian uang, memeriksa ulang kebenaran pengisian slip/warkat, hingga mencetak saldo akhir dalam buku tabungan.
 - c. Melakukan aktivasi penerimaan sesuai SOP.
 - d. Sebagai pembayaran uang (tunai/nontunai)
 - e. Melayani transfer dana, kliring, inkaso, atau pun transaksi perbankan lainnya.
 - f. Melakukan penyetoran kelebihan kas ke Bank Indonesia dan penarikan kas dari ke Bank Indonesia bila terjadi kekurangan kas.
 - g. Bertanggung jawab terhadap transaksi ATM, maupun pengisian saldo ke ATM bila saldo kas ATM dengan memperlihatkan limit yang telah ditetapkan manajemen.
- 5) Tugas dan tanggung jawab Funding Officer yaitu:
- a. Mengawasi dan memonitoring produk bank yang telah terjual.
 - b. Mempromosikan dan memasarkan produk bank yang berupa tabungan, giro, dan deposito.
 - c. Membuka rekening tabungan baru atau akuisisi.

- d. Menjalin hubungan baik kepada para nasabah agar tetap menyimpan atau berinvestasi di bank tersebut.
 - e. Melaporkan analisis nasabah deposito dan tabungan.
 - f. Melaporkan pertumbuhan portofolio dana pihak ketiga atau nasabah bank tersebut.
 - g. Bertanggung jawab pada pencapaian target funding yang telah ditetapkan perusahaan yang berupa tabungan, giro, dan deposito.
- 6) Tugas dan fungsi Account Officer
- a. Account Officer dituntut untuk memberikan kondisi yang paling baik bagi nasabahnya, yang umumnya tercermin dari biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah. Oleh karena itu, seorang Account Officer dituntut untuk mengoptimalkan kedua sisi kepentingan tersebut. Bank yang memiliki Account Officer yang berkualitas baik tentunya akan sangat membantu dalam menghadapi persaingan pada situasi perbankan saat ini.
 - b. Tugas umumnya adalah melaksanakan aktivitas marketing/pemasaran pada umumnya sesuai dengan tingkat kebutuhan calon nasabah dalam memasarkan produk dan jasa bank berikut pengawasan dan pelayanan nasabah.
 - c. Tugas hariannya adalah melaksanakan sosialisasi terhadap calon nasabah potensial, melakukan pemeliharaan nasabah, memberikan pelayanan prima kepada nasabah utama, memasarkan produk dan jasa pelayanan Bank Sumut Syariah dan melaksanakan seluruh aktivitas-aktivitas promosi atau sosialisasi produk.
 - d. Tugas bulannya adalah perencanaan sosialisasi nasabah baru (identifikasi target market dan target consumer), maintenance nasabah-nasabah deposan dan dana pihak ketiga lainnya.
 - e. Tugas khususnya adalah bertanggung jawab terhadap pencapaian target funding.

B. Temuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 10 September 2021 sampai dengan 15 September 2021 di PT. Bank Sumut KCPSy Multatuli. Dengan 10 pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, kemudian informasi yang didapatkan oleh peneliti dalam melakukan wawancara bersumber dari tiga narasumber yaitu Bapak Sofian Hadi selaku Pimpinan kantor cabang pembantu, Bapak Faisal Akbar selaku Pimimpin operasional dan Ibu Afaf selaku Customer Service di PT. Bank Sumut KCPSy Multatuli.

1. Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* yang dilakukan PT. Bank Sumut KCPSy Multatuli

Berdasarkan teori yang telah di kemukakan oleh Lukas (2001) bahwa terdapat tiga dimensi yaitu dimensi people, proses dan teknologi.

a. *People (Orang)*

Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan mewawancarai Bapak Faisal Akbar Pemimpin Operasional Bank Sumut KCPSy Multatuli, peneliti menanyakan tentang siapa saja orang-orang atau tenaga ahli yang menjalankan CRM pada Bank Sumut KCPSy Multatuli kemudian bagaimanakah kinerja mereka?

Beliau menjawab “disini kita ada enam staf yaitu ada Pemimpin cabang pembantu kita Bapak Sofiyah Hadi, lalu ada saya sendiri Faisal Akbar sebagai Pemimpin Operasional terus ada Ibu Yulia Andarini sebagai Costomer Service terus Palti Raja sebagai Account Officer, Rina Widya Nningsih sebagai Back Officer, terus Umami Khairiyah sebagai Teller dan Yulia sebagai Customer Service, kemudian untuk kinerja mereka dari yang saya lihat saya pantau dan juga saya rasakan bahwa kami disini cukup kompak ya, terus kita juga proposional, dan saya selalu menegaskan sama mereka untuk mengedepankan atitudenya, karna itu salah satu hal yang mempengaruhi kelayakan nasabah seperti itu, kemudian untuk keterampilan dalam bekerja menurut saya disini juga sudah baik ya dan satu hal lagi nih yang gak boleh kelewatan yaitu disiplin, jadikan kita ada jam masuk dan jam pulang nah disitu kita bisa menilai bagaimana kedisiplinan staff kita seperti apakah dia sering

terlambat atau apakah dia pulanginya lebih cepat, tapi sejauh ini dari yang saya lihat dan periksa karnakan ada itu laporan setiap bulannya tentang kedisiplinan mereka nah disitu sejauh ini disiplin staff kita sudah baik karna jarang yang ada catatan yang terlambat dari jam yang sudah di tentukan seperti itu”.

Hal serupa juga di sampaikan oleh Ibu Yulia Andarini sebagai Costomer Service terkait siapa saja orang-orang atau tenaga ahli yang menjalankan CRM pada Bank Sumut KCPSy Multatuli kemudian bagaimana kinerja mereka?

Beliau mengatakan “untu tenaga ahli atau staf disini itu ada enam orang yang pertama Bapak Sofiyani Hadi sebagai Pemimpin CAPEM lalu Bapak Faisal Akbar sebagai Pemimpin Operasional terus Bapak Palti Raja sebagai Account Officer lalu Ibu Rina Widya Nningsih sebagai Back Officer, Ibu Ummi Khairiyah sebagai Teller dan saya sendiri Yulia sebagai Customer Service, terus kalau untuk kinerjanya ya sejauh ini dari yang saya rasakan juga kalau kami semua sudah berusaha menjalankan tugas kami dengan baik ya sesuai dengan tupoksinya terus kami juga cukup memiliki kekompakan yang baik dalam bekerja kaya kalau ada yang cuti atau yang izin kami akan menggantikan tugas mereka semampu kami kaya sekarang ini kan sales officer itu udah resign ya jadi menunggu posisi itu terisi tugas dari sales officer itu di alihkan ke account officer, kalau selain itu mengenai kinerja kami pastinya kami juga mengusahan untuk selalu ramah dengan nasabah, proposional dan yang paling penting memiliki attitude yang baik”.

b. Proses

Adapun pada dimensi proses dalam pengimplementasian CRM pada Bank Sumut KCPSy Multatuli ini akan diuraikan dibawah ini sesuai dengan tahap-tahap yang telah ditentukan, Berikut ini adalah hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti:

- 1) **Mengidentifikasi Data Nasabah:** Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan

mewawancarai Bapak Faisal Akbar selaku Pimpinan Operasional Bank Sumut KCPSy Multatuli, peneliti menanyakan mengenai bagaimana cara pihak bank mendapatkan data individu nasabah?

Kemudian beliau menjelaskan “data nasabah ya kalau untuk data nasabah kami hanya membutuhkan KTP bagi yang sudah punya KTP, karna setiap penabung atau nasabah baru yang mau membuka tabungan harus menyertakan KTPnya tapi kalau untuk anak yang di bawah 17 tahun yang belum punya KTP itu harus membawa kartu keluarga dan mereka harus bersama orang tua atau walinya, selain itu juga ada formulir yang harus di isi nasabah nah dari situ juga kami mendapatkan data tambahan individu nasabah seperti nama orang tuanya, alamat orangtua, nomor hp orang tua dan lain sebagainya”

Untuk memperkuat jawaban dari Bapak Faisal, peneliti melakukan triangulasi dengan mewawancarai Costomer Service yaitu Ibu Yulia di hari yang sama, beliau mengatakan “kalau untuk data individu nasabah kami meminta hanya membutuhkan KTP ya setelah itu nasabah mengisi formulir untuk mengisi data yang gak ada di KTP, kaya nama orang tua, terus untuk anak-anak yang belum punya KTP biasanya kita minta untuk didampingi dengan orang tua atau walinya dengan membawa kartu keluarga”.

- 2) **Diferensiasi:** Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan mewawancarai bapak Faisal Akbar selaku Pimpinan Operasional Bank Sumut KCPSy Multatuli terkait apakah ada pengelompokan nasabah untuk memberikan kemudahan para staf bank dalam melayani nasabah?

Kemudian beliau mengatakan “nah kita ada nasabah biasa yang seperti biasanya ya yang minimal tabungan itu Rp.25.000 dan juga ada nasabah prioritas, nah kalau untuk nasabah prioritas sendiri itu adalah nasabah yang jumlah minimum tabungannya mencapai 200 juta, jadi kalau untuk nasabah prioritas nanti kita

akan memberikan layanan dan fasilitas yang sesuai dengan ketentuan dari pusat terus para nasabah prioritas nanti ada disediakan ruangan khusus di Bank Sumut Syariah Pusat yang di Katamso dan lengkap dengan pelayanan khususnya”.

Untuk memperkuat pernyataan dari Bapak Faisal Akbar, peneliti menanyakan hal yang sama dengan Customer Service yaitu Ibu Yulia, beliau mengatakan “kalau untuk pengelompokan nasabah di bank Sumut ini juga ada yang namanya nasabah prioritas jadi nasabah prioritas ini ada minimum jumlah tabungannya yaitu mencapai 200 juta jadi nanti pelayanannya juga akan berbeda sama nasabah yang biasa, karna nasabah prioritas itu ada ruangan prioritasnya dan pelayanan khusus di kantor pusat yang di jalan brigjend katamso, jadi untuk pengelompokan kita cuma itu aja ya nasabah biasa dan prioritas”.

- 3) **Kustomisasi:** Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan mewawancarai Bapak Faisal Akbar selaku Pimpinan Operasional, tentang strategi yang digunakan oleh Bank SUMUT KCPSy Multatuli dalam menambah dan memertahankan nasabahnya?

Beliau mengatakan “kalau untuk stategi ya, yang pertama strategi untuk menambah nasabah itu kami mulai dari yang paling dekat dulu kaya mengajak saudara kerabat tetangga untuk menabung di bank Sumut Syariah Multatuli ini selain itu kita juga ada pemasangan iklan di koran ya kaya waspada terus kita juga ada pasang spanduk di tempat-tempat yang berkemungkinan di lihat sama banyak orang jadi untuk strategi mendapatkan nasabah ya seperti itu terus untuk strategi lainnya kaya kami melakukan kerjasama dengan lembaga seperti sekolah universitas jadi dari situ kami juga bisa mendapat penambahan nasabah, kemudian kalau untuk strategi kami dalam mempertahankan nasabah biasanya kami akan lebih rajin lagi komunikasinya sama nasabah prioritas maupun

nasabah biasa baik melalui telepon, media sosial atau pun didatangi langsung, terutama untuk nasabah prioritas tadi ya, karna yang paling mesti di jaga ya nasabah prioritas tadi karna yang lainnya kan seperti nasabah biasa atau nasabah yang tidak terdaftar sebagai nasabah prioritas dan nasabah yang memiliki saldo diatas 200 juta itu pasti kami jaga sekali kaya di hari-hari besar di perayaan pernikahan, ulang tahun mereka kita akan kasih partisipasi seperti memberi papan bunga, bingkisan, kartu ucapan jadi nasabah kita bisa semakin dekat dengan kita dan itu juga bisa menjaga hubungan baik dan juga menambah keloyaan nasabah biasa maupun nasabah prioritas”.

Begitupun yang di sampaikan oleh Ibu Yulia, beliau mengatakan “salah satu strategi untuk menambah nasabah ya selain dari iklan, brousur, terus datang kerumah-rumah warga kami juga melakukan kerjasama degan beberapa lembaga selain itu kami juga mengajak orang-orang terdekat kami untuk ikut membuka tabungan di bank Sumut Syariah Multatuli ini, kalau untuk mempertahankan nasabah pastinya kami akan memberikan pelayanan yang bisa yang bisa membuat nasabah kita merasa puas, terus kita juga akan lebih intens melakukan komunikasi dengan mereka terutama nasabah prioritas ya yang kalau ada produk baru atau tawaran hadiah langsung itu yang utama kita hubungi adalah nasabah prioritas”.

- 4) **Berbagi informasi:** Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan mewawancarai Ibu Yulia sebagai Customer Service, tentang bagaimana cara masyarakat atau nasabah mendapat informasi yang berkaitan dengan permintaan pasar, promosi penjualan dan pengenalan produk baru dan lainnya sehingga terjadi penambahan jumlah nasabah?

Kemudian beliau mengatakan “Untuk itu kita ada *sales promotion* dimana kita ada pemberian hadiah berupa payung, jam, mangkok dan kaos dimana terdapat logo PT. Bank Sumut Syariah KCP Multatuli nah dari situ juga nanti masyarakat bisa menganal atau mengetahui tentang bank kita, selain itu biasanya tentang informasi produk baru juga bisa di dapat dari media sosial Bank Sumut Syariah karnakan kita juga aktif di media sosial kaya mengiklankan produk, terus kita juga pasang spanduk sebar brosur jadi biasanya masyarakat bisa tahu produk-produk bank Sumut Syariah juga dari situ, dan juga biasanya pemberian informasi itu dilakukan ketika proses transaksi berlangsung oh iya satu lagi kaya yang saya bilang tadi kalau untuk nasabah prioritas untuk memberitahu mereka tentang produk baru kami akan menghubungi mereka langsung nah jadi disitu juga sekaligus terjadi pendekatan dengan nasabah prioritas kami”

Untuk memperkuat pernyataan Ibu Yulia, peneliti melakukan trigulasi dengan Ibu Ummi selaku Teller, beliau mengatakan “nah kalau masalah berbagi informasi atau pengenalan produk baru dari kami, ada dua cara yang pertama biasanya kita akan share malalui whatsapp terus juga dari media sosial juga dari iklan di koran lokal, brosur, spanduk terus juga biasanya kalau untuk nasabah prioritas kita telpon langsung atau kita datang ke rumah nasabahnya, dan yang kedua saat proses transaksi berlangsung, jadi pada saat nasabah ingin membuka tabungan pastinya merekakan akan bertanya apa aja jenis tabungan yang kami sediakan jadi ya disitulah saatnya kami menewarkan dan mengenalkan produk lama maupun produk baru dari Bank Sumut Syariah Mulatuli ini selain itu kita juga ada yang namanya *sales promotion* jadi kita mengenalkan tentang bank kita dengan cara memberi hadiah berupa jam dinding, mangkok, payung dan kaos yang ada logo Bank Sumut Syariah Mulatuli ini”

5) **Kemitraan jangka panjang:** : Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan mewawancarai Ibu Yulia selaku Customer Service, tentang Bagaimana cara Bank SUMUT KCPSy Multatuli menjalin kerjasama dengan para nasabahnya sehingga terjadi hubungan jangka panjang?

beliau mengatakan “kalau untuk hubungan jangka panjang sendiri itu selain dari nasabah yang membuka rekening pribadi kita juga ada pembukaan rekening kelompok seperti atas nama sekolah atau universitas untuk pembayaran uang sekolah, uang kuliah dan pembayaran lainnya selanjutnya juga ada masjid, itukan biasanya pembukaan rekening yang demikina biasanyakan untuk jangka panjang misalnya BKM itukan jangka panjang karna mereka menerima transferan terus sebagai penampungan dana, jadi kita akan punya hubungan jangka panjang sama mereka apalagi sekolah-sekolah kan ada itu siswa-siswa yang dapat bantuan dari pemerintah itu mereka harus buka rekening tabungan nah pihak sekolah yang akan mendaftarkan ke kami dan itu akan terus berlanjut sehingga tercipta hubungan jangka panjang, kita juga akan memaksimalkan di pelayanan itu karna itu akan sangat menguntungkan pihak bank begitupun lembaga yang bekerjasama dengan kami mereka pun pastinya diuntungkan dengan bantuan pengolahan keuangan yang kami sediakan, jadi dari situ sih terjalinnya hubungan jangka panjangnya”

Untuk memperkuat jawaban Ibu Yulia peneliti melakukan triangulasi dengan Bapak Faisal Akbar mengenai cara menjalin kerjasama dan hubungan jangka panjang dengan nasabahnya, dan beliau mengatakan “Kalau untuk hubungan jangka panjang kita ada kerja sama dengan yayasan seperti kita ada E-Pendidikan itu mengarah ke sekolah-sekolah atau universtas jadikan ada siswa yang harus punya rekening tabungan karena mereka mau menerima

bantuan dari pemerintah terus kita juga membantu dalam proses pembayaran-pembayaran lainnya kaya uang kuliah, sks, biaya praktek dan kita juga membantu pihak kampus atau sekolah dalam mengolah keungan seperti pembayaran gaji guru dan pembayaran-pembayaran lainnya, jadi selain kita menjadi mitra mereka untuk menerima uang kuliah kita juga memberikan keuntungan untuk mereka yang terbantu dalam pengolaan keuangannya, nah selain itu kita juga ada melakukan kerjasama dengan masjid sebagai penampung dana di bagian BKM nya”

c. Teknologi

Pada dimensi teknologi pengimplementasian CRM pada Bank Sumut KCPSy Multatuli terdapat dua bagian yaitu teknologi berbasis CRM dan otomatis layanan. Berikut ini adalah hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti:

- 1) **Teknologi Berbasis CRM:** Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan mewawancarai Bapak Faisal Akbar, mengenai apa teknologi yang digunakan oleh Bank SUMUT KCPSy Multatuli untuk mendukung staf dalam memberikan pelayanan kepada nasabah selain aplikasi *mobile banking* dan *internet banking*?

Kemudian beliau menjawab “teknologi yang kami gunakan kalau di kantor ini itu komputer tapi kalau di luar itu untuk memudahkan transaksi para nasabah kita juga ada *E-Channel* atau layanan melalui *mobile* atau handphone untuk memudahkan pelayanan dalam bertransaksi, dan kalau fasilitas lain yang berbasis teknologi lain itu ada mesin ATM, SMS Banking, terus kita juga lagi menerapkan pembayaran menggunakan barcod tapi belum banyak penggunanya karna kita juga baru-baru ini sih mulai memberlakukannya jadi mungkin belum banyak juga nasabah yang tahu, mungkin itu aja ya untuk saat ini teknologi yang ada di Sumut Syariah Multatuli”

Untuk memperkuat jawaban dari bapak Faisal Akbar, peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Teller yaitu Ibu Ummi, beliau mengatakan “untuk teknologi selain komputer yang digunakan untuk menyimpan data-base nasabah, di bank Sumut Syariah ini kami juga ada *E-Channel* nah kalau layanan ini bersifat *mobile* ya jadi bisa di akses dari *handphone* yang termasuk layanan *E-Channel* yaitu *Internet Banking* dan *Mobile Banking* terus juga ada *E-Pendidikan* untuk sekolah-sekolah yang mau melakukan transaksi seperti yang saya jelaskan tadi tentang kerjasama dengan lembaga jadi untuk memudahkan transaksinya mereka akan punya akun masing-masing lalu bisa login ke *E-pendidikan* itu untuk melanjutkan transaksi, nah terus kita juga ada QRISK karnakan sekarang banyak metode pembayaran yang menggunakan barcode aja jadi untuk nasabah yang mau punya QRISK nanti itu bisa kita proses”.

- 2) **Otomatis layanan:** Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan mewawancarai Ibu Yulia selaku customer service, peneliti menanyakan apakah ada layanan otomatis di Bank Sumut KCPSy Multatuli?

Beliau mengatakan “kalau untuk otomatis layanan kita ada yang namanya Autodebed, nah tabungan ini merupakan tabungan yang menghubungkan dengan tabungan induk seperti tabungan untuk anak, nah orang tuakan ada nih yang mau buat tabungan untuk anaknya jadi mereka bisa secara otomatis setiap bulannya saat mereka menerima gaji atau saat ada pemasukan nanti secara otomatis akan terpotong atau di alihkan ke rekening anaknya, nah untuk jumlah nanti itu sesuai kesepakatan orangtuanya tapi untuk membukan tabungan ini orang tua atau wali wajib punya rekening tabungan Martabe”

Peneliti melakukan trigulasi dengan Bapak Faisal Akbar lalu beliau juga mengatakan “ooh itu ada, disini namanya rekening tabungan martabe, nah jadi bagi orang tua atau wali yang punya rekening martabe kita bisa buat autodebet dengan tabungan khusus untuk anaknya, sejauh ini itu ajasih kalau untuk otomatis layanan ya ”

2. Loyalitas Nasabah Terhadap Bank Sumut Kcpsy Multatuli

Seperti yang kita ketahui, tidak ada cara instant untuk menciptakan nasabah yang loyal, atau membangun loyalitas nasabah. Secara umum, ada empat elemen atau empat faktor fundamental yang bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan. Masing-masing elemen memiliki peran penting dalam menciptakan atau mempengaruhi *customer loyalty*, namun kita tidak harus menggunakan keempatnya untuk mendapatkan loyalitas nasabah, pada penelitian ini penulis hanya menggunakan dua elemen dari keempat elemen tersebut, yaitu:

a. Expectations atau Harapan

Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan mewawancarai Bapak Faisal Akbar selaku Pimpinan Operasional Bank Sumut Syariah Multatuli, tentang bagaimana cara agar nasabah tidak kecewa atas ekspektasi yang telah dibangun terhadap apa yang akan mereka dapat dari Bank SUMUT KCPSy Multatuli?

Kemudian beliau mengatakan “yang pertama kali yang harus kita lakukan itu harus sesuai standart layanan kita kan, kemudian sesuai fungsinya CS dan Teller nah mereka nanti akan menggali informasi seperti kebutuhan mereka apa yang mereka harapkan mendengarkan tentang apa motivasi dan keinginan mereka datang kesini, apa yang di butuhkan, jadi dari apa yang diceritakan nasabah dan dari apa yang sudah kita galih kita bisa kasih apa yang mereka harapkan misalnya mereka ingin naik haji tapi ga bisa bayar sekaligus nah nanti kita bisa buat tabungan haji untuk mereka seperti itu”

Selanjutnya peneliti melakukan triangulasi dengan mewawancarai Ibu Yulia di hari yang sama dan pertanyaan yang sama juga, beliau mengatakan “wah kalau untuk masalah ini memang agak berat ya, tapi kami pastinya akan berusaha memberikan pelayanan terbaik, dengan mendengarkan keluhan nasabah mendengarkan keinginan serta kebutuhan dari nasabah sehingga dari situ kita bisa berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dan memberikan solusi atas masalahnya yang di miliki oleh si nasabah itu karna itu yang paling utama sih menurut saya”

b. Values atau Layanan

Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan mewawancarai Ibu Ummi selaku Teller untuk mengetahui apakah ada pogram khusus atau layanan terbaik yang dibuat Bank SUMUT KCPSy Multatuli untuk menjalin hubungan baik dengan nasabah?

Kemudian beliau mengatakan “dalam hal ini kami berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan terbaik dengan mengutamakan kenyamanan nasabah tapi mungkin akan ada perbedaan pelayanan untuk nasabah prioritas dan mungkin itu bisa di bilang pelayanan khusus ya”

Selanjutnya peneliti melakukan triangulasi dengan mewawancarai Ibu Yulia di hari yang sama dan pertanyaan yang sama juga, dan beliau mengatakan “nah disini mungkin untuk pelayanan khusus ada di bagian nasabah prioritas nya ya, tapi kami juga akan tetap melakukan pelayanan terbaik untuk nasabah biasa, karna mungkin bisa di bilang juga kami akan sangat memperhatikan nasabah prioritas karna merekakan dananya tidak sedikit dan kelayalan mereka sangat kami butuhkan”.

C. Pembahasan

Dari hasil wawancara diatas kevalidan data dapat dilihat dari kesamaan jawaban antara narasumber satu dan dua, uji ini menggunakan uji validitas triangulasi sumber data. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif tentang implementasi CRM (*Customer Relationship Management*) dalam meningkatkan dan mempertahankan nasabah Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

1. Bentuk penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) dalam meningkatkan dan mempertahankan nasabah Bank SUMUT KCPSy Multatuli

Bentuk implementasi CRM (*Customer Relationship Management*) terbagi menjadi tiga dimensi yaitu:

a. *People* (orang)

Berdasarkan kevalidan hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua dapat di simpulkan bahwa *People* (orang) ataupun tenaga ahli yang menjalankan CRM pada Bank Sumut KCPSy Multatuli adalah sebagai berikut:

- 1) Bapak Sofiyani Hadi sebagai Pemimpin CAPEM
- 2) Bapak Faisal Akbar sebagai Pemimpin Operasional
- 3) Bapak Palti Raja sebagai Account Officer
- 4) Ibu Rina Widya Ningsih sebagai Back Officer
- 5) Ibu Umami Khairiyah sebagai Teller
- 6) Ibu Yulia Andarini Nst sebagai Customer Service

Kemudian untuk kinerjanya sudah sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Siahan (2008) yang menyatakan bahwa orang yang mengelola hubungan pelanggan (CRM) harus orang-orang yang profesional atau orang-orang dengan kualifikasi yang memadai Maksudnya yaitu orang-orang yang mempunyai kualifikasi yang memadai tidak hanya mengerti cara menggunakan teknologi, namun juga mempunyai kemampuan yang tangguh, proporsional dan smart (mempunyai pengetahuan), mempunyai keterampilan (*skill*), sikap (*attitude*), semangat (*spirit*) dalam bekerja, disiplin, menghargai

waktu, dapat menjaga kepercayaan, kredibilitas, jujur, dapat bekerja sama (*team work*), komunikatif, koordinatif, ramah tamah (*friendly*), efisien dan ekonomis.⁴⁰

b. Proses

- 1) Mengidentifikasi Data Pelanggan, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa pihak Bank Sumut KCPSy Multatuli mendapatkan data individu nasabah dari KTP dan untuk anak yang belum mempunyai KTP dapat menggunakan Kartu Keluarga dengan membawa orang tua atau wali.
- 2) Diferensiasi, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa terdapat pengelompokan nasabah yang terbagi menjadi dua yaitu nasabah biasanya dan nasabah prioritas, nasabah prioritas sendiri adalah nasabah yang menabung dengan minimum tabungan 200 juta dan akan mendapatkan layanan dan fasilitas yang sesuai dengan ketentuan dari pusat.

Namun dalam hal ini pastinya pihak bank tetap akan mengutamakan sebuah keadilan dalam bertransaksi, karena adil berarti setiap orang diperlukan sesuai dengan haknya, tanpa perbedaan. Hal tersebut harus sesuai dengan perlakuan yang sama dan seimbang sesuai dengan proporsinya. Itu juga berlaku bagi harga, kualitas, produk perlakuan kepada pekerja keputusan bisnis. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Maa'idah (08), sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

⁴⁰Ibid..

Artinya :”*Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan*”. (Q.S Al- Maa’idah/05: 08)4

- 3) Kustomisasi, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa strategi dalam menambah nasabah yaitu melakukan promosi seperti pemberian brosur mengenai semua produk tabungan dan pembiayaan, pemberitaan melalui surat kabar lokal, yaitu di harian waspada, memasang spanduk yang diletakkan di tempat strategis dan melakukan kerjasama dengan yayasan ataupun lembaga seperti sekolah universitas dan masjid selain itu pemasaran dari mulut ke mulut juga di lakukan Bank Sumut KCPSy Multatuli dan hal itu sangatlah efektif di lingkungan masyarakat. Selanjutnya cara Bank Sumut KCPSy Multatuli dalam mempertahankan nasabah yaitu dengan cara memberikan pelayanan terbaik, memperbanyak komunikasi dengan nasabah melalui media sosial maupun telepon terutama nasabah prioritas kegiatan tersebut berpotensi besar dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah dan menambah keloayan nasabah.
- 4) Berbagi informasi, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa dalam berbagi informasi Bank Sumut KCPSy Multatuli menggunakan dua cara yaitu melalui promosi seperti, brosur, memasang iklan disurat kabar lokal, yaitu di harian waspada, memasang spanduk dan juga melalui media sosial kemudian juga membagikan informasi dari whatsapp atau dihubungi langsung oleh pihak bank

dan yang kedua *sales promotion* yaitu mengenalkan Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan cara memberi hadiah berupa jam dinding, mangkuk, payung dan kaos yang terdapat logo Bank Sumut KCPSy Multatuli.

- 5) Kemitraan jangka panjang, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa Bank Sumut KCPSy Multatuli menjalin hubungan jangka panjang dengan yayasan, sekolah, universitas dan masjid, dengan berperan diproses pembayaran biaya Sekolah, Kuliah, BKM dan lain sebagainya dan Bank Sumut KCPSy Multatuli pun membantu dalam pengolahan keuangan seperti memudahkan dalam pembayaran gaji ke guru dan lain sebagainya.

Berkaitan dengan hal-hal yang telah disampaikan tentang bagaimana cara pihak pada Bank Sumut KCPSy Multatuli menjalin kerjasama dengan para Nasabahnya tersebut, Allah telah menerangkan dalam firmanNya Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 1:

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ
وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً
وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ
رَقِيبًا ﴿١﴾

“Wahai sekalian manusia, bertakwalah kepada Tuhanmu yang telah menciptakan kamu dari seorang diri, dan dari padanya Allah menciptakan istrinya; dan dari pada keduanya Allah memperkembang biakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (menggunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain, dan peliharalah hubungan silaturahmi. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasimu (Q.S An-Nisa (4): 1)”.

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwasannya Allah menyeru hambanya untuk saling menjaga dan memelihara

silaturahmi satu sama lain, karna dengan menjaga silaturahmi akan terjalin kerjasama yang jangka panjang.

c. *Teknologi*

- 1) Teknologi berbasis CRM, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa teknologi yang digunakan Bank Sumut KCPSy Multatuli selain komputer, Mobile Banking dan Internet Banking juga ada E-Channel, E-Pendidikan, juga ada QRISK untuk pembayaran yang menggunakan barcode
- 2) Otomatisasi layanan, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa untuk otomatis layanan Bank Sumut KCPSy Multatuli menyediakan Autodebet, otomatis layanan ini dapat di lakukan apabila nasabah memiliki rekening tabungan Martabe.

2. Peran CRM (*Customer Relationship Management*) pada Bank SUMUT KCPSy dalam peningkatan loyalitas nasabah

Dapat dilihat dari dua elemen fundamental berikut:

- 1) Expectations atau Harapan, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa dalam meningkatkan kualitas kepercayaan nasabah sehingga nasabah tidak kecewa dengan expectation yang telah di bangun yaitu dengan cara menanyakan dan mendengarkan apa yang di butuhkan dan inginkan nasabah lalu pihak Bank akan berusaha memenuhi kebutuhannya dan memberikan solusi atas masalah nasabah.
- 2) Values atau Layanan, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa dalam pelayanan Bank SUMUT KCPSy Mutatuli berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan terbaik namun mereka akan melakukan pelayanan khusus untuk nasabah prioritas, tapi tetap

melakukan pelayanan terbaik untuk nasabah biasa dengan mengutamakan kenyamanan nasabah serta memperhatikan kesopanan dalam menjelaskan tentang produk yang dimiliki Bank SUMUT KCPSy Mutatuli. Hal ini akan berdampak baik terhadap kelayaknasan nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis pada Bank SUMUT KCPSy Mutatuli serta pembahasan yang telah diuraikan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) di Bank SUMUT KCPSy Multatuli yaitu melakukan kerjasama dengan yayasan maupun lembaga seperti Masjid dengan BKMnya yang membutuhkan beberapa rekening dalam menerima dana dari masyarakat, kemudian Sekolah-sekolah dengan membukakan rekening untuk siswa, kemudian universitas yang membutuhkan rekening Bank Sumut Syariah Multatuli untuk proses pembayaran, Bank SUMUT KCPSy Multatuli juga melakukan promosi dengan pemberian brosur, memasang iklan atau pemberitaan melalui surat kabar lokal yaitu di harian waspada, memasang spanduk, kemudian untuk mempertahankan nasabahnya dengan cara memberikan pelayanan terbaik, memperbanyak komunikasi dan melakukan *sales promotion* yaitu mengenalkan Bank dengan cara memberi hadiah yang terdapat logo Bank Sumut KCPSy Multatuli.
2. CRM (*Customer Relationship Management*) pada Bank SUMUT KCPSy Multatuli berperan aktif dalam meningkatkan jumlah nasabah hal itu dapat dilihat dari mereka yang sering melakukan kerjasama dengan beberapa lembaga maupun yayasan seperti Sekolah, Masjid dan Universitas, kemudian mereka juga sering melakukan promosi menggunakan brosur, pemasangan iklan di surat kabar, pemasangan spanduk serta mengenalkan Bank dengan cara memberi hadiah yang terdapat logo Bank Sumut KCPSy Multatuli sehingga masyarakat dapat mengetahui tentang Bank Sumut KCPSy Multatuli dan berpengaruh besar dalam peningkatan jumlah nasabahnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

1. Bagi Bank SUMUT KCPSy Multatuli untuk terus melakukan peningkatan terhadap penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) karena jika penerapan ini tidak diterapkan dengan baik maka dikhawatirkan nasabah tidak akan merasa puas dan kelayalannya akan berkurang.
2. Kemudian Bank SUMUT KCPSy Multatuli harus tetap memperhatikan unsur penting pada kelayalitan nasabah salah satunya adalah pelayanan yang baik karna hal itu paling dominan mempengaruhi kelayalitan nasabah agar nasabah tetap bertahan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya yang tertarik pada permasalahan yang hampir sama atau sejenis, dapat memaparkan laporan penelitian ini sebagai bahan referensi atau rujukan bagi penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreani, Fransisca. *Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)*.
Jurnal Manajemen Pemasaran, Volume 2 No 1. Universitas Kristen
Petra Surabaya. 2007
- Amin Widjaja Tunggal, *Dasar –Dasar Customer relationship management
(CRM)*. Jakarta : Harvindo. 2008
- Anshori & Iswati, *metodologi penelitian kuantitatif*. Surabaya : Airlangga
University Press. 2009
- Arifin, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
2011
- Chistina Whidya Utami. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel
Modern* Jakarta: Salemba Empat. 2010
- Don papper and Martha Rogers, *Managing Customer Relationship Canada* :
Hoboken, New Jersey. 2004
- Ed Peelen, *Customer Relationship Management*. Pretince Hall. 2009
- Fanddy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta :ANDI Yogyakarta. 2014
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*
Penerbit Erlangga:Jakarta. 2003
- Gulo, *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Grasindo. 2007
- Hamidin, Dini. *Model Customer Relationship Management (CRM) di Institusi
Pendidikan Yogyakarta: SNATI*. 2008
- Hurriyati Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta
Cetakan Pertama. 2007
- [https://www.researchgate.net/profile/ekkomalasari/publication/349337937_perana
n_customer_relationship_dalam_meningkatkan_loyalitas_nasabah_di_pe](https://www.researchgate.net/profile/ekkomalasari/publication/349337937_perana_n_customer_relationship_dalam_meningkatkan_loyalitas_nasabah_di_pe)

rbankan/links/602b836392851c4ed5752df1/peranan-customer-relationship-dalam-meningkatkan-loyalitas-nasabah-di-perbankan.pdf

<https://www.banksumut.co.id/sejarah-bank-sumut>

<https://text-id.123dok.com/document/nq7w377kz-sejarah-singkat-bank-sumut-syariah.html>

<https://aktual.com/pisahkan-unit-syariah-bank-sumut-harap-disuntik-modal-minimum-rp230-miliar/>

Juliandi, Azuar, dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, Medan: UMSU Press. 2014

Juliandi, Azuar, Dewi, Irfan dan Muhyarsyah. *Studi Perilaku Konsumen Perbankan Syariah*. Medan: UMSU Press. 2007

Kartajaya Hermawan. *Boosting Loyalty Marketing Performance, Menggunakan Teknik Penjualan, Customer Relationship Management dan Servis untuk Mendongkrak Laba*. Jakarta: Mijan Pustaka, Cetakan pertama.2007

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga, Edisi Kelima. Jilid I, Terjemahan Ellen Gunawan. 2009

Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP. 1992

Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.2014

Oesman, Yevis Marty. *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung:Alfabeta. 2010

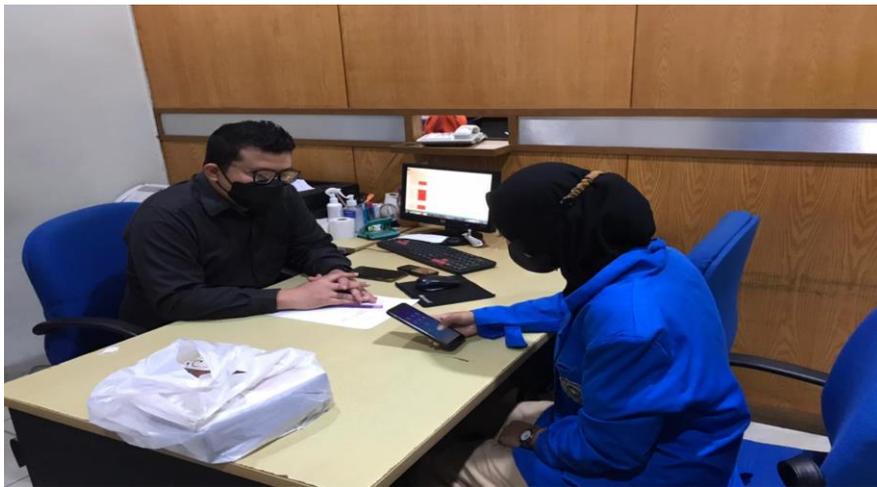
Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta. 2011

Qur'an surah Al-Insyrah (94:7)

- Rahman, Aulia dan Ratna Sari. *Analisis Pertumbuhan Perbankan Syariah*. AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam, Vol 1, No 2 (2019) <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/aghniya>
- Rustono. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Untuk Meningkatkan Loyalitas*. Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora. 2010
- Siahaan, Hotlan. 2008. "Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Sarana Meraih Image Positif untuk Perpustakaan." Dalam Jurnal Elektronik PUSTAHA : Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi Volume 4 Nomor 2 Tahun 2008. Sumber <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/pus>.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV. Alfabeta. 2006
- Suhartanto, Dwi. *Perilaku Konsumen Tinjauan Aplikasi di Indonesia*. Bandung: Guardaya Intimarta. 2008
- Sulistiyani, Ambar Teguh. *Kemitraan dan Modul-modul Pemberdayaan* Yogyakarta: Gava Media, 2004
- Wijayanti, Teti and Azhari I. *Pengembangan Customer Relationship Management Berbasis Web Pada Griya Muslim Flora*. [Online]. Available : <http://is.uad.ac.id/jusi/files/02-JUSI-Vol-1-No-1-Pengembangan-E-CRM-Berbasis-Web-pada-Griya-Muslim-Flora.pdf>
- Yahya, Yohanes, *Pengaruh Customer relationship management (CRM) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Ilmu Komputer. 2008

Lampiran

Berikut dokumentasi selama kegiatan penelitian berlangsung:



PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian Skripsi : Implementasi Costumer Relationship Managemen (Crm) Dalam

Pada PT. Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah

Bank SUMUT KCPSy Multatuli

Nama : Winda Saputri

NPM : 1701270077

Prodi/ Fakultas : Perbankan Syariah/ Agama Islam

Pertanyaan Wawancara :

1. Siapa saja orang-orang atau tenaga ahli yang menjalankan CRM pada Bank Sumut KCPSy Multatuli kemudian bagaimanakah kinerja mereka?
2. Bagaimana cara Bank SUMUT KCPSy Multatuli mendapatkan data individu nasabah yang ingin menabung ?
3. Apakah ada pengelompokan nasabah dalam memudahkan layanan atau mempermudah para staf bank dalam melayani nasabah ?
4. Strategi apa yang digunakan oleh Bank SUMUT KCPSy Multatuli dalam mempertahankan nasabahnya ? (nilai tambah).
5. Bagaimana cara nasabah dan pihak bank bertukar informasi yang berkaitan dengan permintaan pasar, promosi penjualan dan pengenalan produk baru dan lainnya ?
6. Bagaimana cara Bank SUMUT KCPSy Multatuli menjalin kerjasama dengan para nasabahnya sehingga terjadi hubungan jangka panjang ?
7. Apa teknologi yang digunakan oleh Bank SUMUT KCPSy Multatuli untuk mendukung staf dalam memberikan pelayanan kepada nasabah selain aplikasi *mobile banking* dan *internet banking* ?
8. Apakah ada pelayanan otomatis di Bank SUMUT KCPSy Multatuli ?
9. Apa strategi khusus pada Bank SUMUT KCPSy Multatuli dalam memudahkan komunikasi dengan nasabah ?
10. Bagaimana cara agar nasabah tidak kecewa atas ekspektasi yang telah dibangun terhadap apa yang akan mereka dapat dari Bank SUMUT KCPSy Multatuli ?
11. Apakah program khusus atau layanan terbaik yang dibuat Bank SUMUT KCPSy Multatuli untuk menjalin hubungan baik dengan nasabah ?



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada : Yth Dekan FAI UMSU
Di
Tempat

27 Zulkaidah 1442 H
08 Juli 2021 M



Dengan Hormat
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Winda Saputri
NPM : 1701270077
Program Studi : Perbankan Syariah
Kredit Kumalatif : 3,61

Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Implementasi Costumer Relationship Managemen (CRM) dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli.	Acc. 10/2021 17/7	Riyani Prodesy M.EI	10/17/21
2	Analisis kinerja keuangan pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli Periode 2015-2018.	✓	✓	✓
3	Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli Periode 2015-2018 dengan menggunakan metode CAMEL	✓	✓	✓

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

Winda Saputri

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setujui dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Winda Saputri
Npm : 1701270077
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)
Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, M.E.I
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah S.E.Sy, M.E.I
Judul Skripsi : Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
12 - 09- 2021	-Pembuatan draf wawancara ke perusahaan	ff	
17-09-2021	- Narasikan hasil wawancara - Munculkan Uji Validitas pada bab IV - Pada uji validitas harus memasukkan kedua hasil wawancara kepada perusahaan	ff	
19-09-2021	-Pembahasan hasil wawancara kepada perusahaan - Uji validitas dengan triangulasi yang di lakukan	ff	
25-09-2021	-Uji validitas yang di lakukan harus sesuai dengan hasil wawancara - kembali lihat hasilnya	ff	
01-10-2021	-kesimpulan sesuaikan dengan rumusan wawancara -Daftar pustaka sitasi dosen UMSU	ff	
04-10-2021	ACC Sidang Skripsi	ff	

Medan, 04 Oktober 2021

Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, M.E.I

Pembimbing Skripsi

Riyan Pradesyah, M.E.I



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati. M.Ei
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah S.E.Sy, M.EI

Nama Mahasiswa : Winda Saputri
Npm : 1701270077
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* dalam Mempertahankan dan Meningkatkan jumlah Nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
19 - Juli - 2021	BAB I - perbaikan latar belakang penelitian - perbaikan Rumusan masalah - perbaikan Identifikasi masalah. - perbaikan Tujuan penelitian.	pk	
21 - Juli - 2021	BAB I - perbaikan Identifikasi masalah - perbaikan Rumusan masalah - perbaikan Tujuan penelitian	pk	
28 - Juli - 2021	BAB I - perbaikan benang merah teori - perbaikan penelitian Terdahulu.	pk	

Medan, 02 Agustus 2021

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati. M.EI

Pembimbing Proposal

Riyan Pradesyah S.E.Sy, M.EI



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati. M.Ei
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah S.E.Sy, M.EI

Nama Mahasiswa : Winda Saputri
Npm : 1701270077
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* dalam Mempertahankan dan Meningkatkan jumlah Nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
29 Juli 2021	BAB II - perbaikan kerangka teoritis - perbaikan / tambah penulisan landasan - perbaikan kerangka penulisan - revisi kerangka penulisan		
02 Agustus 2021	BAB II - tambah penulisan kerangka - perbaikan kerangka penulisan BAB III - perbaikan bahasan penulisan - perbaikan data dan sumber data		

Medan, 02 Agustus 2021

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati. M.Ei

Pembimbing Proposal

Riyan Pradesyah S.E.Sy, M.EI



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati. M.Ei
Dosen Pembimbing : Riyan Pradesyah S.E.Sy, M.EI

Nama Mahasiswa : Winda Saputri
Npm : 1701270077
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* dalam Mempertahankan dan Meningkatkan jumlah Nasabah pada PT. Bank SUMUT KCPSy Multatuli.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
05 - Agustus - 2021	BAB II - Perbankan. Untuk dapat memahami yang akan dilakukan - perbankan tentang masalah debit - perbankan kesehatan debit		
10 - Agustus - 2021	ACE Proposal.		

Medan, 10 Agustus 2021

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati. M.EI

Pembimbing Proposal

Riyan Pradesyah S.E.Sy, M.EI



UMSU

Unggul | Cerdas | Berprestasi
Bila menawar surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 93/II.3./UMSU-01/F/2021
Lamp : -
Hal : *Mohon Izin Riset*

21 Muharram 1443 H
30 Agustus 2021 M

Kepada Yth :
Pimpinan PT. Bank Sumut KCP.Syariah Multatuli

di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warohamtullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Winda Saputri
NPM : 1701270077
Semester : VII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syar'iah
Judul Skripsi : Implementasi Costumer Relationship Managemen (CRM) Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut KCPSy Multatuli

Demikianlah permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih. Semoga Allah meridhoi segala amaal yang telah kita perbuat, amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh



Dekan,

Dr. MURRINDO GORITA, MA

NIDN : 0103067503



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 663
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya



**BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH**

Pada hari Jum'at 20 Agustus 2021 telah diselenggarakan Seminar Program Studi Perbankan Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Winda Saputri
Npm : 1701270077
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Implementasi Costumer Relationship Managemen (CRM) Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Sumut KCPSy Multatuli

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	-
Bab I	Penambahan sumber gambar Penambahan kutipan dari penelitian terdahulu
Bab II	Foodnote di tambah di setiap paragraf.
Bab III	Salah penulisan di halaman 28.
Lainnya	-
Kesimpulan	Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 30 Agustus 2021

Tim Seminar

Ketua

(Dr. Rahmayati M.E.I)

Sekretaris

(Riyan Pradesa, SE.Sy, M.E.I)

Pembimbing

(Riyan Pradesa, SE.Sy, M.E.I)

Pembahas

(Dr. Rahmayati M.E.I)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada Hari Jum'at 20 Agustus 2021 dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Winda Saputri
Npm : 1701270077
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Implementasi Costumer Relationship Managemen (CRM) Dalam
Mempertahankan Dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Sumut
KCPSy Multatuli

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 30 Agustus 2021

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Dr. Rahmayati M.E.I)

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesa, SE.Sy, M.E.I)

Pembimbing

(Riyan Pradesa, SE.Sy, M.E.I)

Pembahas

(Dr. Rahmayati M.E.I)

Diketahui/ Disetujui

**A.n Dekan
Wakil Dekan I**

Zailani, S.PdI, MA

KANTOR CABANG SYARIAH:

Medan Ring Road

Nomor : ³⁸⁸ /KCSy06-OPS/L/2021
Lampiran :-

Kepada Yth.
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas Agama Islam
Di-
Tempat

KANTOR PUSAT
Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 451 5100
Facsimile : (061) 414.2937 - 451 2652
Medan, 22 September 2021

Hal : Izin Riset

Assalamualaikum Wr. Wb

"Semoga Bapak dan seluruh staff selalu diberi kesehatan dan perlindungan dari Allah SWT, dalam melaksanakan tugas dan aktifitas sehari-hari. Aamiin"

Sehubungan dengan surat dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Agama Islam No. 6785/EB.1/KS.02/08/2021 tgl 30 Agustus 2021 dan No. 93/II.3./UMSU-01?F/2021 tgl 30 Agustus 2021 Hal: Mohon Izin Riset, dengan ini kami sampaikan hal-hal sebagai berikut:

1. Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Prodi Perbankan Syariah yang tersebut di bawah ini disetujui untuk melakukan riset di PT. Bank Sumut maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan dengan rincian sebagai berikut:

No	Nama	NIM	Unit Kantor
1	Winda Saputri	1701270077	KCPSy Multatuli

2. Selama melaksanakan riset mahasiswa/i tersebut dibimbing oleh Pemimpin Cabang Pembantu Syariah Multatuli, menjaga kerahasiaan Bank serta menerapkan protokoler antisipasi Covid-19.
3. Selesai penulisan skripsi mahasiswa bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Multatuli.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb,
Pemimpin Operasional
PT. Bank SUMUT
KCSyariah Medan Ringroad

Edywan Putra Ginting
NPP. 1500.041281.010706

Cc. - File

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Winda Saputri
Tempat/Tanggal Lahir : Danau Sijabut, 14 Januari 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Sijabut Teratai Dsn.1, Kec.Air Batu, Kab. Asahan
Anak Ke : 3 dari 3 bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Sudirman
Ibu : Suparni
Alamat : Sijabut Teratai Dsn.1, Kec.Air Batu, Kab. Asahan

Pendidikan Formal

1. Tahun 2006-2012 SD Negeri 014667 Air Batu
2. Tahun 2012-2014 SMP Negeri 1 Sei Dadap
3. Tahun 2014-2017 SMA Negeri 2 Kisaran
4. Tahun 2017 sampai sekarang tercatat sebagai mahasiswa Fakultas Agama Islam Jurusan Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, 04 Oktober 2021

Hormat Saya


Winda Saputri