

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi *Customer Relationship Management* (CRM) yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan telah berperan dalam meningkatkan kualitas layanan nasabah. Penerapan CRM dilakukan melalui kombinasi pelayanan secara langsung (*human interaction*) dengan pemanfaatan teknologi digital, seperti aplikasi BYOND by BSI dan chatbot AISYAH. Selain mempermudah transaksi dan akses informasi, strategi tersebut juga didukung oleh penerapan nilai-nilai syariah seperti amanah, shiddiq, tabligh, fathanah, dan ihsan, sehingga mampu meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah.

Dalam implementasinya, BSI KCP Panyabungan masih menghadapi beberapa kendala, antara lain rendahnya literasi digital sebagian nasabah, belum meratanya penggunaan layanan digital, gangguan sistem atau jaringan pada waktu tertentu, serta terjadinya antrean pada jam-jam pelayanan yang padat. Untuk mengatasi kendala tersebut, pihak bank melakukan berbagai upaya seperti meningkatkan edukasi penggunaan layanan digital, memperkuat komunikasi interpersonal antara pegawai dan nasabah, melakukan evaluasi pelayanan secara berkala, meningkatkan kompetensi pegawai, serta terus mengembangkan layanan digital agar lebih mudah diakses oleh seluruh lapisan masyarakat. Upaya tersebut menunjukkan bahwa penerapan CRM di BSI KCP Panyabungan telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas layanan, meskipun masih memerlukan penyempurnaan secara berkelanjutan.

1. Strategi Customer Relationship Management (CRM) dalam meningkatkan kualitas layanan nasabah

Strategi Customer Relationship Management (CRM) yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan telah berperan dalam meningkatkan kualitas layanan nasabah. Penerapan CRM dilakukan melalui kombinasi antara pelayanan langsung dan pemanfaatan teknologi digital.

Pada pelayanan langsung, CRM diwujudkan melalui komunikasi interpersonal antara pegawai dengan nasabah. Customer Service, Teller, dan Security tidak hanya menjalankan tugas sesuai fungsi masing-masing, tetapi juga berupaya memberikan informasi, membantu menyelesaikan kendala, memahami kebutuhan nasabah, serta memberikan pelayanan yang ramah dan responsif.

Pada pelayanan digital, BSI KCP Panyabungan memanfaatkan BYOND by BSI dan Chatbot AISYAH. BYOND memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi tanpa harus selalu datang ke kantor, sedangkan Chatbot AISYAH membantu menyediakan informasi dan respons terhadap kebutuhan nasabah secara digital.

Penerapan CRM juga berkaitan dengan lima dimensi kualitas layanan, yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible. CRM mendukung keandalan pelayanan, mempercepat respons terhadap kebutuhan nasabah, meningkatkan rasa aman dan kepercayaan, memberikan pelayanan yang lebih personal, serta menyediakan fasilitas pelayanan berbasis teknologi.

Selain aspek pelayanan dan teknologi, implementasi CRM di BSI KCP Panyabungan juga didukung oleh nilai-nilai syariah, yaitu amanah, shiddiq, tabligh, fathanah, dan ihsan. Dengan demikian, CRM di BSI KCP Panyabungan tidak hanya berorientasi pada efisiensi pelayanan, tetapi juga pada pembentukan hubungan jangka panjang yang didasarkan pada kepercayaan, etika, dan prinsip syariah.

2. Upaya BSI KCP Panyabungan dalam mengatasi kendala penerapan CRM

Dalam penerapan CRM, BSI KCP Panyabungan masih menghadapi beberapa kendala. Kendala tersebut meliputi keterbatasan sumber daya manusia, perbedaan tingkat literasi digital nasabah, kurangnya pemahaman sebagian nasabah terhadap layanan perbankan syariah, gangguan sistem dan jaringan, waktu tunggu pelayanan, serta keterbatasan fasilitas pendukung.

Untuk mengatasi kendala tersebut, BSI KCP Panyabungan melakukan beberapa upaya, yaitu meningkatkan edukasi dan literasi digital kepada

nasabah, memberikan pendampingan dalam penggunaan BYOND dan Chatbot AISYAH, meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal, memperkuat kompetensi pegawai, mempercepat penanganan keluhan, melakukan evaluasi pelayanan secara berkala, serta melakukan pengembangan layanan digital.

Upaya tersebut menunjukkan bahwa penerapan CRM memerlukan keterpaduan antara teknologi dan sumber daya manusia. Teknologi dapat meningkatkan efisiensi pelayanan, tetapi tetap membutuhkan pegawai yang mampu memberikan pendampingan kepada nasabah yang belum memahami layanan digital.

Secara keseluruhan, strategi CRM di BSI KCP Panyabungan telah memberikan kontribusi positif terhadap kualitas layanan nasabah. Namun, implementasinya masih perlu ditingkatkan secara berkelanjutan agar manfaat layanan digital dapat dirasakan secara lebih merata oleh seluruh nasabah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi Manajemen BSI KCP Panyabungan

Pihak manajemen Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan diharapkan dapat meningkatkan program edukasi dan literasi digital secara lebih intensif, terutama bagi nasabah yang belum terbiasa menggunakan layanan perbankan digital BYOND. Edukasi dapat dilakukan melalui pendampingan langsung di kantor media sosial, serta kegiatan sosialisasi kepada masyarakat.

Selain itu, bank diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan keandalan sistem digital untuk meminimalkan gangguan jaringan maupun kendala teknis yang dapat menghambat pelayanan.

Pihak bank juga perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap waktu tunggu dan beban kerja pegawai, khususnya pada jam pelayanan yang

padat. Evaluasi tersebut diperlukan agar kualitas responsiveness dan empathy tetap terjaga.

2. Bagi Pegawai BSI KCP Panyabungan

Pegawai diharapkan terus meningkatkan kompetensi dalam penggunaan teknologi CRM dan kemampuan komunikasi dengan nasabah. Pegawai juga perlu mempertahankan sikap ramah, sabar, responsif, profesional, dan amanah dalam memberikan pelayanan.

Pendampingan kepada nasabah yang mengalami kesulitan menggunakan BYOND juga perlu terus dilakukan agar transformasi digital tidak menimbulkan kesenjangan pelayanan antara nasabah yang sudah memahami teknologi dan nasabah yang masih membutuhkan bantuan.

3. Bagi Nasabah

Nasabah diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam menggunakan layanan perbankan digital yang telah disediakan oleh BSI. Nasabah juga diharapkan memanfaatkan fasilitas edukasi dan pendampingan yang diberikan oleh pihak bank agar dapat melakukan transaksi secara lebih mandiri, mudah, dan efisien.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian mengenai CRM pada perbankan syariah dengan menggunakan pendekatan dan variabel yang lebih luas. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif, seperti Technology Acceptance Model (TAM), untuk mengukur tingkat penerimaan nasabah terhadap teknologi layanan perbankan digital.

Penelitian berikutnya juga dapat melibatkan lebih banyak nasabah sebagai informan sehingga diperoleh perspektif yang lebih beragam mengenai kualitas layanan dan penggunaan CRM berbasis digital. Saran tersebut sejalan dengan isi file yang merekomendasikan penelitian lanjutan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur penerimaan teknologi secara lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohim, Asriani, S. (2024). Pendekatan Customer Relationship Management (CRM) dengan teknologi pada perusahaan. *Jurnal Management Bisnis Syariah*.
- Afrizal. (2019). *metode penelitian kualitatif*.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Bank Syariah Indonesia. (2023). *Profil Perusahaan Bank Syariah Indonesia*. Jakarta: BSI.
- Handin, Fanddy Tjiptono, and A. (2020). Pengertian Customer Relationship Management Secara Umum dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Perbankan Syariah*, 21(1), :32-35.
- Hidayah, Nurul & Safitri, R. (2022). Penerapan Customer Relationship Management terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 45–58.
- Ismail, Harries Arizonia., & Purwani, T. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking/BYOND. *Indicators : Journal of Economics and Business*, 3(2), p. 1.
- Tjiptono, F. (2017). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Kasmir. (2021). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. . jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran (Edisi bahasa Indonesia)*.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Monicha Ayu Maulani Dan Sukari. (2021). Penerapan CRM (Customer Relationship Management) pada bank syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Ekonomi Dan Management Bisnis*.
- Naamy, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar & Aplikasinya*.
- Nasution, A., Harahap, D., & Putri, S. (2023). Peran Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Bank Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 7(1), 12–25.
- Nofinawati. (2022). *Perbankan Syariah*.
- Nur Fadilah. (2020). Pengertian Konsep Dan Strategi Pemasaran Syariah. *Journal Iaifa/Salimiya Accepted, volume 1*,.
- Nur Sulistiyaniingsih, S. T. A. (2011). *Potensi Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam Upaya Peningkatan Perekonomian Nasional*. 24 (01), : 111-113.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta: OJK.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. . (2018). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran*.
- Prawitra Thalib. (2020). *The Application of Quranic Interpretation, The Sunna and*

- Ijtihad as The Source of Islamic Law. 15 (02), : 194-200.*
- Putri, D., & Ramadhan, M. (2024). Strategi Customer Relationship Management dan Pengaruhnya terhadap Kualitas Layanan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 8(1), 33–47.
- Rahmawati, S., & Hasanah, U. (2021). Implementasi Customer Relationship Management dalam Peningkatan Kualitas Layanan Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 77–89.
- Rizal Safarudin. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research.*, 3 (02) :, 9680–9694.
- Siregar, M., & Lubis, R. (2022). Strategi Customer Relationship Management pada Pelayanan Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Syariah*, 4(1), 21–34.
- Siti Masrohatin, dkk. (2025). Strategi Meningkatkan Kualiatas Pelayanan Nasabah Melalui Mobile Banking BYOND BY BSI. 1 (3), 465–472.
- Sri Rita Wardani. (2022). Customer Relationship Management Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Islam Ulil Albab* 14, (3),.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Timotius yohanes. (2022). Implementasi Strategi Customer Relationship Management pada Industri Financial Teknologi Microfinance Syariah di Indonesia. *Jurnal Terbaru' Islamic Banking and Finance*, Vol. 5, No.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*.

STAIN MADINA

Daftar Wawancara

Siregar, Sutan Adharis. (2026). Wawancara dengan Branch Operation & Service Manager Bank Syariah Indonesia KCP Panyabungan, Mandailing Natal, 25 Juni 2026.

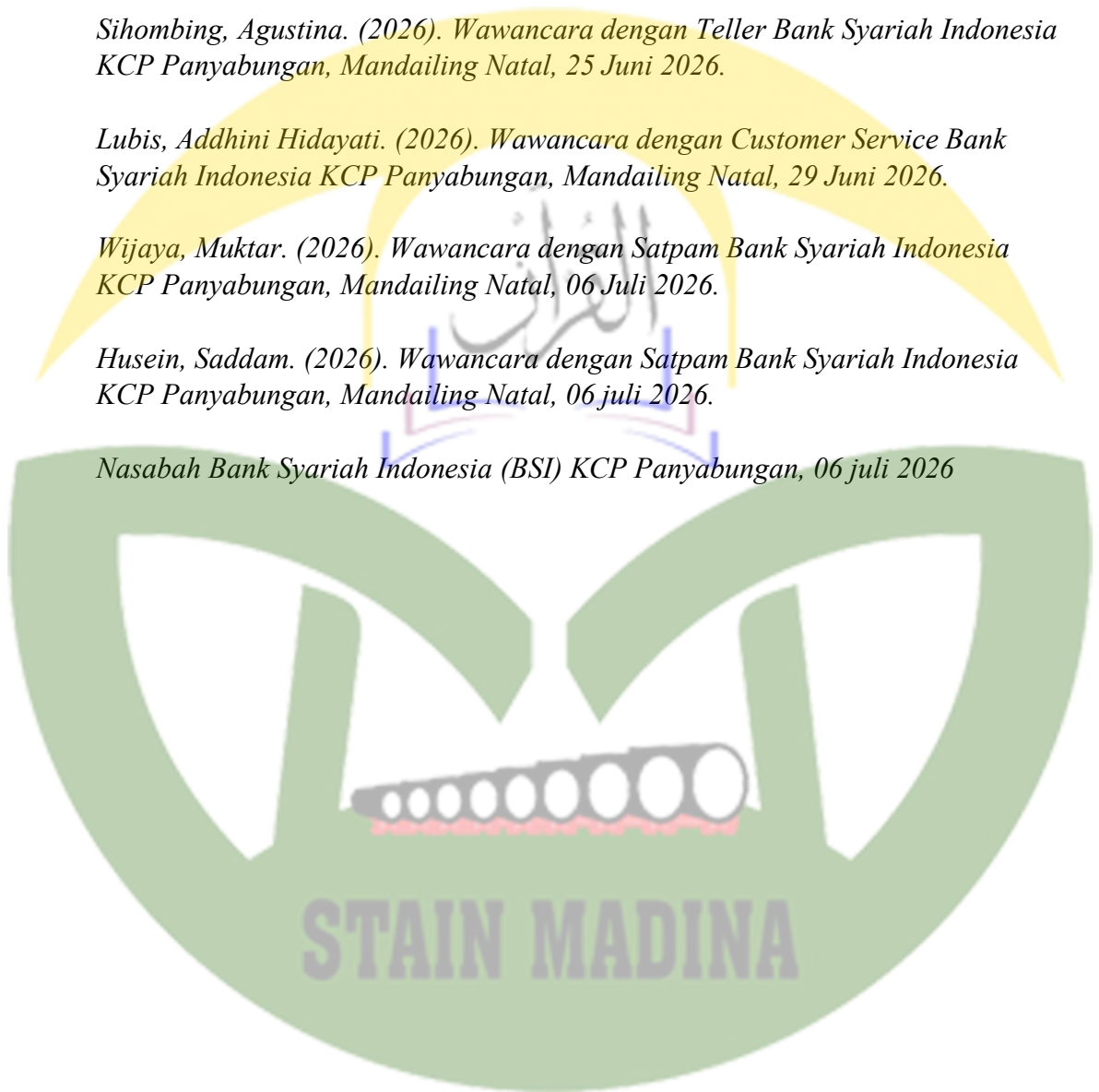
Sihombing, Agustina. (2026). Wawancara dengan Teller Bank Syariah Indonesia KCP Panyabungan, Mandailing Natal, 25 Juni 2026.

Lubis, Addhini Hidayati. (2026). Wawancara dengan Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Panyabungan, Mandailing Natal, 29 Juni 2026.

Wijaya, Muktar. (2026). Wawancara dengan Satpam Bank Syariah Indonesia KCP Panyabungan, Mandailing Natal, 06 Juli 2026.

Husein, Saddam. (2026). Wawancara dengan Satpam Bank Syariah Indonesia KCP Panyabungan, Mandailing Natal, 06 juli 2026.

Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan, 06 juli 2026



Lampiran Wawancara

Pedoman Wawancara

Wawancara yang dilakukan dengan Bapak Sutan Adharis Selaku Branch Operational & Manager Service Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan :

1. Strategi apa yang dilakukan bank syariah indonesia (BSI) KCP Panyabungan dalam penerapan Customer Relationship management (CRM)
2. Seberapa penting Customer Relationship management (CRM) dalam meningkatkan kualitas layanan di bank syariah ini?
3. Apakah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan memiliki strategi khusus dalam penerapan Customer Relationship management (CRM) ?
4. Bagaimana cara bank mengatasi Kendala dalam penerapan Customer Relationship management CRM di bank syariah indonesia BSI KCP Panyabungan?
5. Apakah ada strategi khusus kepada karyawan dalam menerapkan customer relationship management CRM di bank syariah Indonesia
6. Apa saja tantangan penerapan CRM di bank ini?
7. Apa saja kendala yang dihadapi bank syariah indonesia BSI KCP Panyabungan dalam penerapan CRM di bank ini?

Wawancara Yang Dilakukan Dengan Karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan Teller/CS :

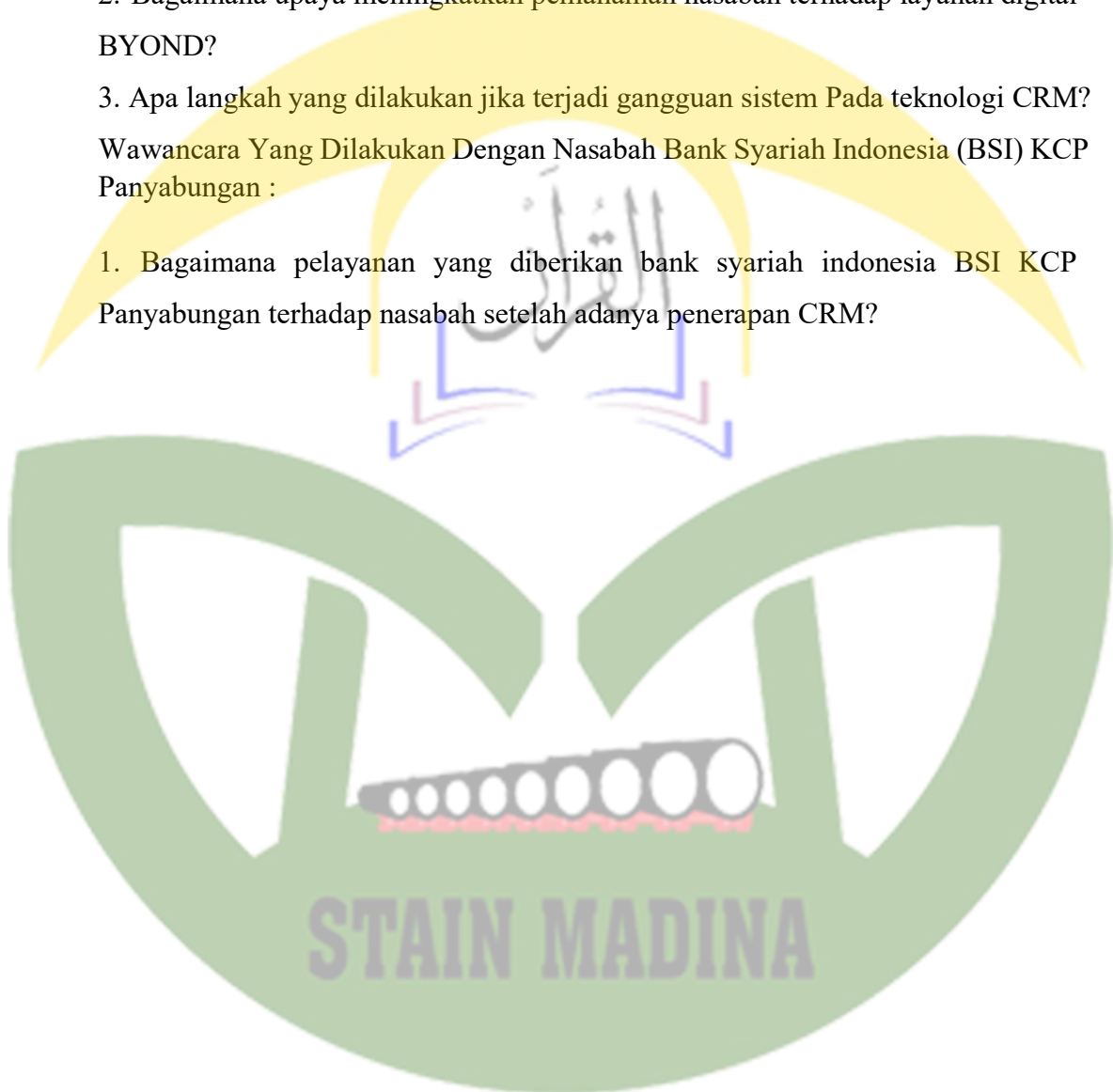
1. Bagaimana Peran teknologi CRM BYOND dalam peningkatan kualitas layanan?
2. Bagaimana penerapan Customer Relationship management (CRM) guna meningkatkan kualitas layanan di bank syariah indonesia KCP Panyabungan?
3. Bagaimana peran CRM melalui aplikasi BYOND dalam meningkatkan hubungan dengan nasabah?
4. Bagaimana cara bank memahami kebutuhan nasabah guna meningkatkan kualitas layanan?

Wawancara Yang Dilakukan Dengan Satpam Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan :

1. Bagaimana upaya yang dilakukan bank untuk mengatasi terjadinya masalah sistem dalam penerapan CRM ini?
2. Bagaimana upaya meningkatkan pemahaman nasabah terhadap layanan digital BYOND?
3. Apa langkah yang dilakukan jika terjadi gangguan sistem Pada teknologi CRM?

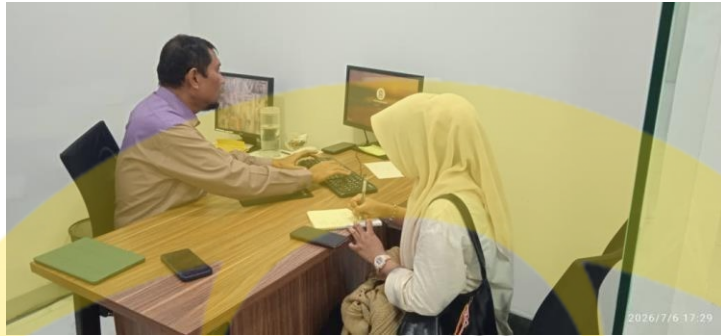
Wawancara Yang Dilakukan Dengan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan :

1. Bagaimana pelayanan yang diberikan bank syariah indonesia BSI KCP Panyabungan terhadap nasabah setelah adanya penerapan CRM?

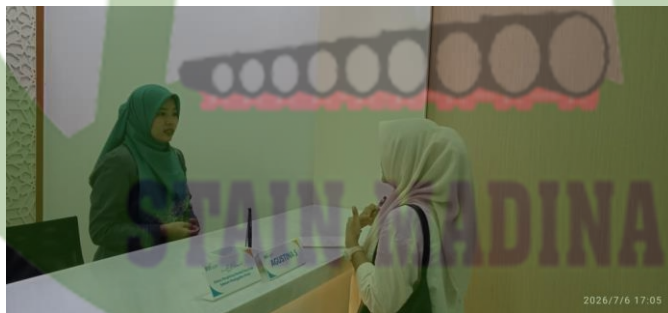


Lampiran Dokumentasi Wawancara

1. Dokumentasi Dengan Manager Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan



2. Dokumentasi Wawancara Dengan Teller Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan



3. Dokumentasi wawancara dengan Customer Service Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan



4. Dokumentasi Wawancara Dengan Satpam Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan Dalam Pemahaman Teknologi CRM (BYOND)





5. Dokumentasi Dengan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan.



6. Dokumentasi Wawancara Dengan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan.



7. Dokumentasi Wawancara Dengan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan.



STAIN MADINA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
Jalan Prof. Dr. Andi Hakim Nasution, Panyabungan 22978
Website: www.stain-madina.ac.id
Email : stainmandailingnatal@yahoo.com

Nomor : B- 565 /Sti.21/F.1/TL.00/06/2026

15 Juni 2026

Lampiran : -

Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Bapak / Ibu Pimpinan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan Bpk. Sutan Siregar
di-

Tempat

Dengan hormat, bersama surat ini kami sampaikan kepada Bapak / Ibu bahwa :

Nama : Rizky Amanda Sari
NIM : 22-15-0032
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Perbankan Syariah (PS)
Instansi : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Mahasiswa yang bersangkutan akan melakukan penelitian guna untuk memperoleh data/informasi dalam penyusunan skripsi dengan data-data sebagai berikut:

Judul Penelitian : Peran Strategi Customer Relationship Management (CRM) Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan.
Tempat Penelitian : Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan
Waktu Penelitian : Juni s/d Agustus 2026

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas kerjasama Bapak / Ibu diucapkan terimakasih.

STAIN MADINA

a.n. Ketua
Kepala Pusat Penelitian dan
Pengabdian Masyarakat (P3M)

Dr. Ajunnsyah, M.H.I

Tembusan:
1. Ketua STAIN MADINA
2. Ketua Prodi PS
3. Arsip

20 Juli 2026
No. 06/510-3/191

Kepada:
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal
Jl. Pro. Dr. Andi Hakim Nasution Panyabungan 22978
Mandailing Natal

PT. Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk
KCP Panyabungan

Jl. Willem Iskandar No. 115 B
Panyabungan, Sumatera Utara
Telp. (0636) 321500
Fax. (0636) 321617
www.bankbsi.co.id

Up : Yth. Bapak Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M)

Perihal : **Persetujuan Penelitian** Saudara Rizky Amanda Sari
Referensi : Surat No. B-585/Stl.21/F.1/TL. 00/06/2026 tgl 15 Juli 2026

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga bapak beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat wal'afiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT.

Menunjuk perihal tersebut diatas, Bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan penelitian mahasiswa bapak dapat dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KCP Panyabungan dengan memperhatikan kode etik dan kerahasiaan bank, dan metode penelitian yang disetujui yaitu wawancara dan dokumentasi, di berikan kepada:

Nama:	Rizky Amanda Sari
NIM:	22150032
Program Studi:	Perbankan Syariah
Instansi:	Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal
Judul Penelitian:	Peran Strategi customer relationship management (CRM) dalam peningkatan kualitas layanan nasabah bank syariah Indonesia (BSI) KCP Panyabungan

Demikian disampaikan atas kerjasama bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk.
KCP PANYABUNGAN

Pangastian Batubara
Branch Manager

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

1. Nama : Rizky Amanda Sari
2. Tempat/ Tgl Lahir: Gunung Tua Julu, 23-02-2005
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak Ke : 7
6. Alamat : Gunung Tua Lumban Pasir
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. No. Telepon/Hp : 085668278747
9. E-mail : riskiamandaborotangmail.com



B. Pendidikan

1. SDN 093 Gunung Tua Lumban Pasir
2. SMP Swasta 31 Panyabungan
3. SMK Negeri 3 Panyabungan
4. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Madina

C. Identitas Orang Tua

1. Nama Ayah : Alm. Samruddin Borotan
2. Agama : Islam
3. Pekerjaan : -
4. Alamat : -
5. Nama Ibu : Latifah Rkt
6. Agama : Islam
7. Pekerjaan : Buruh
8. Alamat : Gunung Tua Lumban Pasir