

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* DALAM
MENANGANI KELUHAN NASABAH UNTUK MENINGKATKAN
KEPUASAN DI BANK RIAU KEPRI SYARIAH CABANG
PEMBANTU RUMBAI PEKANBARU**



*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*

**Disusun Oleh:
MUHAMMAD HADI SYAHPUTRA
C0B022020**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI
TAHUN 2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

Dengan ini, Dosen Pembimbing Laporan Tugas Akhir, Ketua Program Studi dan Instruktur Lapangan, menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir yang disusun oleh:

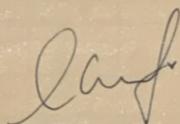
Nama : Muhammad Hadi Syahputra
NIM : C0B022020
Program Studi : Diploma III Manajemen Pemasaran
Judul Laporan : Penerapan *Customer Relationship Marketing* dalam Menangani Keluhan Nasabah untuk Meningkatkan Kepuasan di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam ujian komprehensif dan laporan tugas akhir pada tanggal yang tertera dibawah ini:

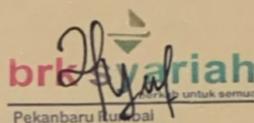
Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Jambi, 02 Juli 2025
Instruktur Lapangan

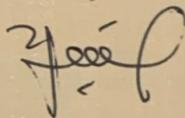


Maulidia Imastary Tan, S.E. M.M.
NIP. 201401012014



Wahyudi Saputra

Koordinator Program Studi
Diploma III Manajemen Pemasaran



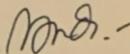
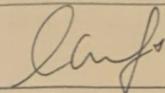
Yenny Yuniarti, S.E., M.Si.
NIP. 197706052003122003

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini telah dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Laporan Tugas Akhir dan Ujian Komprehensif Program Studi Manajemen Pemasaran Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi pada:

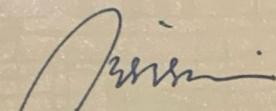
Hari : Rabu
Tanggal : 02 Juli 2025
Jam : 08.30 s/d selesai
Tempat : Ruang Ujian Diploma III Prodi Manajemen Pemasaran

Panitia Penguji

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Hamdiah, S.Pd., M.M.	
Sekretaris	Febby Nanda Utami, S.E., M.M.	
Anggota	Maulidia Imastary Tan, S.E., M.M.	

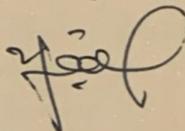
Disahkan oleh:

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Besse Wediawati, S.E., M.Si.
NIP. 197306212000032001

Ketua Program Studi



Yenny Yuniarti, S.E., M.Si
NIP. 197706052003122003

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Shofia Amin, S.E., M.Si.
NIP. 196603011990032002

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada setiap makhluk yang diciptakan-Nya. Shalawat serta salam selalu disampaikan kepada Baginda Rasul Muhammad SAW, dengan segala yang telah Allah berikan kepadanya, diserulah manusia kepada kebenaran. Dan atas izin Allah SWT sehingga penulis telah selesai menyusun Karya Tulis Ilmiah untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Diploma III Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Pelaksanaan Penulisan ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Bapak Prof. Dr. Helmi, S.H., M.H. selaku Rektor Universitas Jambi.
2. Kepada Ibu Prof. Dr. Shofia Amin, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
3. Kepada Ibu Dr. Besse Wediawati, S.E., M.Si. selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
4. Kepada Ibu Yenny Yuniarti, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
5. Kepada Ibu Maulidia Imastary Tan, S.E. M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik, sekaligus selaku Dosen Pembimbing Lapangan.
6. Kepada Bapak Akromatika selaku Pimpinan di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan Magang.
7. Kepada Bapak Wahyudi Saputra selaku instruktur dan mentor kegiatan magang dan telah memberikan banyak masukan serta arahan selama menjalani proses kegiatan magang.
8. Serta Kepada Kak Oktaria selaku staff Tata Usaha Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah ikut membantu proses kegiatan perkuliahan dikampus.

9. Kepada Seluruh Dosen Universitas Jambi khususnya program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama dibangku perkuliahan.
10. Kepada seluruh team Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru penulis ucapkan banyak terima kasih atas bimbingan dan juga arahan yang diberikan selama menjalani kegiatan magang di perusahaan ini.
11. Kepada kakak-Abang terbaik Vivie Yohani, Aldo Malik, Eko Rahmat Syahputra, Tri Ono Putra, Nova Yunika yang sudah membantu memotivasi dan memberikan dukungan serta arahan kepada penulis untuk mengerjakan Laporan Tugas Akhir ini.
12. Sahabat-sahabat seperjuangan yaitu M. Alan Putra Armanda, Firdaus Pakpahan, Randi Nurohman Aldiansyah, Randy Bubut Pratama, Alya Raidatul Aisyah, Clarissa Hesdiana Putri, Cintia Fitria, Ahmad Yassir, atas support dan kebersamaan yang tidak mungkin dilupakan selama bangku perkuliahan.
13. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dikemudian hari. Semoga Allah SWT selalu memberikan kasih sayang dan hidayah-Nya kepada kita semua, amin.

Jambi, 02 Juli 2025

Penulis,

Muhammad Hadi Syahputra

NIM. C0B022020

ABSTRAK

Laporan tugas akhir ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan strategi *Customer Relationship Marketing* (CRM) dalam menangani keluhan nasabah serta dampaknya terhadap kepuasan nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru. Penulisan dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan deskriptif, berdasarkan hasil observasi dan wawancara selama kegiatan magang yang berlangsung selama 2,5 bulan. Strategi CRM yang diterapkan oleh instansi mencakup pendekatan personal terhadap nasabah, komunikasi yang terbuka dan empatik, pelayanan cepat dalam menyelesaikan keluhan, serta edukasi mengenai prinsip-prinsip syariah. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa penerapan CRM di cabang ini mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah, memperkuat hubungan jangka panjang, serta menciptakan citra positif bank di mata masyarakat. Namun demikian, ditemukan beberapa hambatan dalam pelaksanaannya, seperti keterbatasan sumber daya manusia, belum optimalnya sistem pencatatan digital, serta keterbatasan kewenangan cabang dalam menangani keluhan tertentu. Oleh karena itu, laporan ini juga mengusulkan beberapa solusi seperti peningkatan pelatihan pegawai, pengembangan sistem CRM berbasis teknologi, serta pelimpahan sebagian kewenangan kepada cabang pembantu. Kesimpulan dari laporan ini adalah bahwa CRM berperan penting dalam membangun kualitas pelayanan perbankan syariah yang tidak hanya responsif tetapi juga bernilai etis dan spiritual. Penerapan CRM secara konsisten dan strategis dapat menjadi fondasi dalam meningkatkan kepuasan nasabah secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Bank Riau Kepri Syariah, *Customer Relationship Marketing*, Keluhan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Perbankan Syariah.

ABSTRACT

This final report aims to describe the implementation of Customer Relationship Marketing (CRM) strategies in handling customer complaints and their impact on customer satisfaction at Bank Riau Kepri Syariah, Rumbai Sub-Branch Office, Pekanbaru. The report uses a qualitative descriptive approach, based on direct observation and interviews conducted during a 2.5-month internship. The CRM strategies applied by the institution include a personal approach to customers, open and empathetic communication, prompt complaint resolution, and customer education on Islamic financial principles. The findings show that CRM practices at this branch significantly contribute to increasing customer trust and loyalty, strengthening long-term relationships, and building a positive image of the bank within the community. However, several challenges were also identified, including limited human resources, the absence of an integrated digital complaint-tracking system, and restricted authority at the sub-branch level to resolve certain issues. Therefore, this report proposes several solutions, such as regular employee training, the development of a basic CRM digital system, and partial delegation of authority from the head office to the sub-branch. The conclusion drawn is that CRM plays a vital role in enhancing service quality in Islamic banking, not only by being responsive but also by aligning with ethical and spiritual values. The consistent and strategic application of CRM can serve as a foundation for achieving sustainable customer satisfaction.

Keywords: Bank Riau Kepri Syariah , Customer Relationship Marketing, Customer Complaints, Customer Satisfaction, Islamic Banking.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Pokok Laporan.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan.....	4
1.3.1 Tujuan Penulisan.....	4
1.3.2 Manfaat Penulisan.....	4
1.4 Metode Penulisan.....	5
1.4.1 Jenis dan Sumber Data	5
1.4.2 Metode Pengumpulan Data	6
1.4.3 Metode Analisis Data.....	6
1.5 Waktu dan Tempat Magang.....	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 <i>Customer Relationship Marketing (CRM)</i>	9
2.2 Penanganan Keluhan Nasabah	10
2.3 Kepuasan Nasabah	12
BAB III PEMBAHASAN	14
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	14
3.1.1 Sejarah Berdirinya Instansi	14
3.1.2 Alamat Instansi.....	15
3.1.3 Visi, Misi, dan Tujuan Instansi	16
3.1.4 Struktur Organisasi dan Tugas Pokok serta Fungsi Masing-Masing... 17	

3.1.5 Kegiatan Pokok	19
3.2 Pembahasan.....	21
3.2.1 Penerapan Strategi CRM dalam Penanganan Keluhan	22
3.2.2 Dampak Penerapan CRM terhadap Kepuasan Nasabah	23
3.2.3 Hambatan dalam Pelaksanaan CRM.....	25
3.3 Solusi.....	26
BAB IV PENUTUP	28
4.1 Kesimpulan	28
4.2 Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Menara Dang Merdu Bank Riau Kepri Syariah.	14
Gambar 3.2 Gedung Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai.	15
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Bank Riau Kepri Syariah.....	17

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, sektor perbankan dituntut untuk tidak hanya menawarkan produk dan layanan yang inovatif, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah. Keberhasilan suatu bank tidak lagi semata-mata ditentukan oleh kekuatan produk, melainkan oleh seberapa baik bank tersebut memahami, melayani, dan mempertahankan nasabahnya. Oleh karena itu, pendekatan *Customer Relationship Marketing* (CRM) menjadi strategi penting dalam membina hubungan yang erat dengan nasabah untuk menciptakan loyalitas dan kepuasan jangka Panjang (Singgih, 2020).

Perubahan perilaku konsumen yang semakin kritis dan berorientasi pada pengalaman layanan menjadikan pengelolaan hubungan pelanggan sebagai keharusan strategis. CRM berfokus pada bagaimana sebuah perusahaan dapat membangun komunikasi yang efektif, memberikan pelayanan yang responsif, serta menangani keluhan secara sistematis dan solutif. Dalam konteks perbankan, keluhan nasabah merupakan hal yang tidak dapat dihindari, namun jika ditangani secara tepat, keluhan justru dapat menjadi peluang untuk memperkuat kepercayaan nasabah (Aksoy & Yilmaz, 2022).

Kepuasan nasabah menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan layanan perbankan syariah. Di Indonesia, bank syariah menghadapi tantangan ganda: selain harus kompetitif secara layanan dan teknologi, mereka juga harus menjaga nilai-nilai syariah dalam setiap aktivitas bisnisnya. Oleh karena itu, kemampuan dalam menangani keluhan nasabah tidak hanya mencerminkan kualitas pelayanan, tetapi juga integritas bank sebagai lembaga keuangan syariah (Khomisah, 2022).

Bank Riau Kepri Syariah sebagai salah satu bank daerah yang mengusung prinsip syariah, memiliki peran penting dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah di wilayah Riau dan Kepulauan Riau. Khususnya di Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru, aktivitas pelayanan yang dilakukan tim *marketing* tidak hanya

terbatas pada promosi produk, namun juga mencakup penerimaan, pengelolaan, dan penanganan keluhan nasabah yang menjadi bagian integral dari strategi CRM.

Selama pelaksanaan kegiatan magang, penulis mengamati bahwa pendekatan CRM yang diterapkan oleh Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai dilakukan melalui interaksi langsung yang intens dengan nasabah, komunikasi yang terbuka, serta upaya pemulihan layanan saat terjadi keluhan. Strategi tersebut bertujuan untuk memastikan nasabah tetap merasa dihargai dan didengarkan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan nasabah.

Di era digital saat ini, nasabah memiliki banyak pilihan layanan perbankan, termasuk kemudahan berpindah ke lembaga lain apabila merasa tidak puas. Hal ini membuat pengalaman layanan menjadi salah satu faktor penentu utama dalam mempertahankan loyalitas. Berdasarkan survei (Murati et al., 2024), lebih dari 70% pelanggan akan meninggalkan penyedia layanan jika mengalami satu pengalaman negatif yang tidak segera ditindaklanjuti. Oleh karena itu, bank perlu membangun sistem yang tidak hanya menerima keluhan, tetapi juga secara aktif mengelolanya melalui proses CRM yang berkelanjutan.

Selain itu, perkembangan teknologi juga mendorong adanya ekspektasi layanan yang lebih cepat, personal, dan berbasis data. Dalam CRM modern, interaksi dengan nasabah harus tercatat dengan baik untuk menjadi acuan dalam pengambilan keputusan. Strategi CRM saat ini tidak lagi bersifat satu arah (hanya menyampaikan informasi), melainkan dua arah dan berbasis hubungan (*relationship-based*), di mana nasabah dilibatkan dalam proses penyelesaian masalah serta diberikan pengalaman yang positif bahkan saat menyampaikan keluhan (Ali et al., 2023).

Bank Syariah memiliki tantangan dan peluang tersendiri dalam implementasi CRM. Tantangannya terletak pada keterbatasan SDM, infrastruktur, dan persepsi masyarakat terhadap produk syariah yang masih belum menyeluruh. Namun di sisi lain, nilai-nilai dasar perbankan syariah seperti kejujuran (*shiddiq*), tanggung jawab (*amanah*), dan pelayanan yang adil sesuai prinsip Islam, sangat selaras dengan konsep dasar CRM yang menekankan kepercayaan dan hubungan jangka panjang (SRI, 2023).

Bank Riau Kepri Syariah sebagai bank daerah yang telah melakukan konversi penuh menjadi bank syariah sejak 2022, terus berbenah untuk memberikan pelayanan terbaik. Berdasarkan wawancara internal dan observasi lapangan, cabang pembantu Rumbai Pekanbaru merupakan salah satu unit yang sangat aktif menjalin komunikasi langsung dengan nasabah. Salah satu fokus utama mereka adalah memastikan setiap keluhan diselesaikan secepat dan seakurat mungkin, terutama oleh tim *marketing* yang juga berperan sebagai jembatan komunikasi antara nasabah dan manajemen.

Dalam praktik magang di cabang tersebut, penulis menemukan bahwa proses CRM berjalan melalui berbagai tahapan informal, seperti pencatatan manual, tindak lanjut personal oleh petugas, serta pendekatan kekeluargaan yang khas dalam budaya pelayanan lokal. Walaupun sederhana, pendekatan ini terbukti cukup efektif dalam menciptakan rasa dihargai dan didengar di kalangan nasabah, khususnya mereka yang mengalami masalah terkait transaksi atau produk simpanan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa CRM tidak harus selalu berbasis teknologi tinggi, tetapi bisa juga dijalankan dengan pendekatan manusiawi yang kuat, selama terdapat konsistensi, empati, dan orientasi pada penyelesaian masalah. Namun demikian, masih ada tantangan yang perlu diperbaiki, seperti keterbatasan sistem pencatatan, belum adanya standar operasional khusus terkait keluhan, serta kurangnya pelatihan SDM dalam menangani konflik atau situasi sensitif.

Berangkat dari fenomena tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat tema “Penerapan *Customer Relationship Marketing* dalam Menangani Keluhan Nasabah untuk Meningkatkan Kepuasan di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru” sebagai laporan tugas akhir kegiatan magang. Laporan ini bertujuan untuk memberikan gambaran praktik CRM di dunia kerja secara nyata, khususnya dalam konteks menangani keluhan nasabah sebagai bagian dari peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Melalui laporan tugas akhir ini, penulis ingin mendeskripsikan bagaimana strategi *Customer Relationship Marketing* diterapkan secara nyata dalam menangani keluhan nasabah, serta bagaimana dampaknya terhadap peningkatan kepuasan, khususnya dalam konteks kerja di Bank Riau Kepri Syariah Cabang

Pembantu Rumbai Pekanbaru. Laporan ini tidak dimaksudkan sebagai penelitian ilmiah formal, namun sebagai dokumentasi pengalaman praktis yang diharapkan dapat memberikan gambaran umum serta rekomendasi ringan bagi perbaikan proses layanan ke depan.

1.2 Masalah Pokok Laporan

1. Bagaimana penerapan *Customer Relationship Marketing* dalam menangani keluhan nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru?
2. Bagaimana dampak penerapan strategi *Customer Relationship Marketing* terhadap peningkatan kepuasan nasabah?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.3.1 Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah untuk menggambarkan dan menjelaskan bagaimana strategi *Customer Relationship Marketing* (CRM) diterapkan dalam menangani keluhan nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru, serta bagaimana strategi tersebut berdampak terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Melalui kegiatan magang dan pengamatan langsung, penulis ingin memperoleh pemahaman praktis mengenai penerapan CRM dalam dunia kerja, khususnya di sektor perbankan syariah. Secara khusus, tujuan yang ingin dicapai dalam laporan ini adalah:

1. Menjelaskan proses penerapan *Customer Relationship Marketing* dalam menangani keluhan nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru.
2. Mengidentifikasi dampak dari penerapan strategi CRM terhadap kepuasan nasabah.

1.3.2 Manfaat Penulisan

Penulisan laporan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam tiga aspek, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Laporan ini dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya referensi mengenai implementasi *Customer Relationship Marketing*, khususnya dalam konteks penanganan keluhan nasabah di lembaga keuangan berbasis syariah. Selain itu, laporan ini juga dapat menjadi sumber tambahan bagi pengembangan konsep CRM yang berbasis nilai-nilai pelayanan Islami.

2. Manfaat Praktis

Bagi pihak Bank Riau Kepri Syariah, khususnya Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru, laporan ini dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam menangani keluhan nasabah secara efektif. Temuan dan gambaran dalam laporan ini juga dapat dijadikan referensi untuk pengembangan standar operasional atau pelatihan internal bagi petugas layanan.

3. Manfaat Akademis

Bagi penulis sendiri, laporan ini merupakan sarana untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di dunia kerja. Selain itu, laporan ini juga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang ingin memahami penerapan CRM dalam konteks layanan perbankan syariah melalui pendekatan kualitatif dan pengalaman langsung di lapangan.

1.4 Metode Penulisan

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode penulisan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai penerapan *Customer Relationship Marketing* (CRM) dalam menangani keluhan nasabah di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru.

1.4.1 Jenis dan Sumber Data

Penulisan laporan ini didukung oleh dua jenis data utama, yaitu:

1. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung melalui kegiatan magang yang dilakukan oleh penulis. Data ini dikumpulkan melalui keterlibatan aktif dalam kegiatan operasional di kantor cabang pembantu, khususnya pada bagian pemasaran dan layanan nasabah. Sumber utama data primer berasal dari hasil wawancara dengan pegawai bank dan pengamatan langsung terhadap proses pelayanan serta penanganan keluhan nasabah.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari dokumen internal instansi, referensi yang relevan seperti buku, jurnal, literatur ilmiah, serta sumber informasi digital yang mendukung topik pembahasan. Data ini digunakan untuk memperkuat analisis dan memberikan landasan teoritis terhadap praktik CRM yang diamati di lapangan.

1.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penulisan ini dilakukan dengan dua cara utama, yaitu:

1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan beberapa pegawai bank yang terlibat dalam aktivitas layanan dan penanganan keluhan nasabah. Wawancara dilakukan secara informal dan terbuka guna mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang praktik CRM yang diterapkan.

2. Observasi (Pengamatan Langsung)

Penulis juga melakukan observasi langsung selama kegiatan magang berlangsung. Pengamatan dilakukan terhadap interaksi pegawai dengan nasabah, proses pencatatan dan penyelesaian keluhan, serta pendekatan yang digunakan untuk membangun hubungan dengan nasabah.

1.4.3 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penulisan ini adalah analisis deskriptif. Analisis ini dilakukan dengan cara menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi dan situasi berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Data yang terkumpul kemudian disusun secara sistematis untuk

memberikan gambaran yang jelas dan terstruktur mengenai penerapan CRM dalam menangani keluhan nasabah serta dampaknya terhadap kepuasan nasabah.

Melalui pendekatan ini, penulis berusaha menyajikan informasi secara objektif dan faktual berdasarkan pengalaman langsung selama mengikuti program magang di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru.

1.5 Waktu dan Tempat Magang

Kegiatan magang yang menjadi dasar penyusunan laporan tugas akhir ini dilaksanakan di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru, yang beralamat di Jalan Sembilang No. 108, Kelurahan Meranti Pandak, Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, 28266.

Magang ini merupakan bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung di dunia kerja. Penulis melaksanakan kegiatan magang di instansi tersebut selama kurang lebih 2,5 bulan, yaitu mulai dari tanggal 1 Februari 2025 sampai dengan 15 April 2025.

Selama masa magang, penulis ditempatkan pada bagian pemasaran (*marketing*) dan turut terlibat dalam kegiatan pelayanan nasabah. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengamati serta berpartisipasi secara langsung dalam proses penanganan keluhan nasabah melalui pendekatan *Customer Relationship Marketing* (CRM), yang menjadi fokus utama dalam penulisan laporan ini.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan tugas akhir ini disusun secara sistematis agar mudah dipahami dan mampu memberikan gambaran yang utuh mengenai kegiatan magang serta pokok permasalahan yang dibahas. Adapun sistematika penulisan laporan ini terdiri dari empat bab, yaitu:

1. Bab I – Pendahuluan

Berisi penjelasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, metode penulisan, waktu dan tempat magang, serta sistematika penulisan laporan secara keseluruhan.

2. Bab II – Tinjauan Pustaka

Bab ini memuat teori-teori dan konsep yang relevan dengan pembahasan, seperti *Customer Relationship Marketing*, kepuasan nasabah, serta penanganan keluhan nasabah. Tinjauan pustaka ini menjadi landasan teoritis dalam menganalisis permasalahan yang terjadi di lapangan.

3. Bab III – Pembahasan

Bab ini terdiri dari dua bagian utama:

- Gambaran Umum Instansi Magang, yang memuat profil Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru, termasuk sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, serta tugas dan fungsi bagian yang terkait dengan kegiatan magang.
- Pembahasan Masalah, yang menjelaskan penerapan strategi *Customer Relationship Marketing* dalam menangani keluhan nasabah, berdasarkan hasil observasi dan wawancara selama pelaksanaan magang.

4. Bab IV – Penutup

Berisi kesimpulan dari hasil pembahasan serta saran yang dapat diberikan penulis untuk pihak instansi terkait dan bagi pengembangan pengetahuan di bidang layanan perbankan syariah.

Dengan sistematika ini, diharapkan pembaca dapat memahami alur isi laporan dan memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai kegiatan magang serta penerapan konsep yang dibahas.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Customer Relationship Marketing (CRM)*

Customer Relationship Marketing (CRM) merupakan pendekatan dalam pemasaran yang berfokus pada pembangunan, pengembangan, dan pemeliharaan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. Pendekatan ini tidak hanya mengutamakan peningkatan penjualan, tetapi juga bertujuan untuk menciptakan loyalitas pelanggan melalui layanan yang personal, responsif, dan berkesinambungan (OKTAVIA, 2021).

CRM berkembang sebagai respons terhadap meningkatnya kebutuhan perusahaan untuk memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam. Dalam dunia bisnis modern yang semakin kompetitif, menjaga pelanggan lama terbukti lebih efektif dan hemat biaya dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, CRM menjadi bagian strategis dalam pengelolaan pelanggan yang berorientasi pada *customer lifetime value* atau nilai pelanggan jangka panjang (Husna & Arifa, 2020).

CRM mencakup seluruh aktivitas yang bertujuan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui manajemen informasi, komunikasi dua arah, dan personalisasi layanan (Hasan et al., 2025). Dalam konteks perbankan, penerapan CRM memungkinkan bank untuk memahami kebutuhan nasabah secara lebih akurat, menawarkan layanan yang sesuai, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas melalui pengalaman layanan yang positif dan konsisten. Secara umum, CRM memiliki tiga komponen utama:

1. *Customer Acquisition* – bagaimana menarik pelanggan baru.
2. *Customer Retention* – bagaimana mempertahankan pelanggan lama.
3. *Customer Extension* – bagaimana meningkatkan nilai pelanggan melalui layanan tambahan atau penawaran baru.

Penerapan CRM secara efektif dalam perbankan memerlukan sinergi antara teknologi informasi, manajemen data pelanggan, dan sumber daya manusia. Di era digital saat ini, banyak lembaga keuangan memanfaatkan sistem CRM berbasis

teknologi untuk mencatat interaksi dengan nasabah, memantau keluhan, dan memberikan layanan yang lebih cepat dan personal. Namun, dalam konteks pelayanan langsung seperti di kantor cabang, faktor komunikasi interpersonal dan pendekatan yang humanis tetap menjadi aspek penting dalam keberhasilan CRM.

CRM juga sangat relevan dalam konteks perbankan syariah, di mana hubungan antara bank dan nasabah tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga moral dan spiritual. Nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan menjadi bagian integral dari hubungan jangka panjang yang dibangun melalui CRM (SRI, 2023).

Dengan demikian, CRM bukan hanya alat pemasaran, tetapi juga merupakan strategi menyeluruh dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberlangsungan dan reputasi lembaga perbankan.

2.2 Penanganan Keluhan Nasabah

Keluhan nasabah merupakan bentuk ekspresi ketidakpuasan yang disampaikan pelanggan terhadap layanan atau produk yang tidak sesuai dengan harapan. Dalam konteks perbankan, keluhan dapat muncul akibat kesalahan teknis, keterlambatan pelayanan, sikap pegawai yang kurang ramah, atau ketidaksesuaian antara informasi yang diberikan dengan kenyataan di lapangan. Oleh karena itu, penanganan keluhan menjadi bagian penting dalam menjaga kualitas layanan dan membangun kepercayaan nasabah.

Keluhan pelanggan adalah peluang strategis bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas layanan dan menghindari kehilangan pelanggan. Penanganan keluhan yang baik tidak hanya menyelesaikan masalah, tetapi juga mampu memperkuat hubungan antara pelanggan dan penyedia jasa. Pelanggan yang merasa keluhannya ditangani dengan baik cenderung memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi dibanding pelanggan yang tidak pernah mengalami masalah sama sekali (Aqmarina, 2024). Penanganan keluhan yang efektif umumnya mencakup lima langkah berikut:

1. Mendengarkan keluhan dengan aktif dan empati

Memberikan ruang kepada nasabah untuk menyampaikan keluhan secara terbuka tanpa diinterupsi.

2. Menunjukkan sikap tanggap dan bertanggung jawab

Tidak menyalahkan pelanggan dan menunjukkan kesediaan untuk menyelesaikan masalah.

3. Menyampaikan permintaan maaf jika diperlukan

Walaupun tidak semua keluhan berasal dari kesalahan bank, permintaan maaf yang tulus bisa meredakan ketegangan.

4. Memberikan solusi yang jelas dan cepat

Pelayanan yang solutif dan tidak berbelit-belit menunjukkan profesionalisme bank.

5. Menindaklanjuti untuk memastikan kepuasan pelanggan

Tindak lanjut menunjukkan bahwa bank tidak hanya menyelesaikan masalah di permukaan, tetapi juga peduli terhadap kepuasan akhir nasabah.

Dalam perbankan syariah, pendekatan terhadap keluhan nasabah tidak hanya bersifat profesional, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai keislaman. Nilai *ihsan* (berbuat terbaik), *'adl* (keadilan), dan *amanah* (kepercayaan) harus menjadi dasar dalam menghadapi keluhan nasabah. Dengan pendekatan ini, penyelesaian tidak hanya mencari solusi teknis, tetapi juga mempertimbangkan etika pelayanan dan nilai moral (Wijaya et al., 2023).

Sementara itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga menegaskan pentingnya keberadaan mekanisme penanganan pengaduan nasabah dalam setiap lembaga jasa keuangan. Berdasarkan POJK No. 18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan Konsumen, setiap bank diwajibkan memiliki sistem pengelolaan pengaduan nasabah yang terdokumentasi, cepat, dan transparan (Herawati, 2024).

Dalam praktiknya, tantangan dalam penanganan keluhan nasabah dapat muncul akibat kurangnya pelatihan pada pegawai, tidak adanya prosedur baku, atau minimnya dokumentasi keluhan. Oleh karena itu, integrasi antara sistem manajemen informasi pelanggan dan kompetensi sumber daya manusia sangat penting agar proses penanganan keluhan berjalan secara profesional dan konsisten.

Dengan demikian, penanganan keluhan nasabah bukan hanya proses reaktif terhadap ketidakpuasan, tetapi bagian integral dari strategi peningkatan kualitas layanan dan penguatan hubungan dengan pelanggan. Penanganan yang tepat akan meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah terhadap bank.

2.3 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu lembaga jasa, termasuk perbankan. Kepuasan mencerminkan perasaan atau tanggapan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, yang timbul dari perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang diterima. Jika layanan yang diberikan melebihi harapan, maka nasabah akan merasa puas, bahkan bisa menjadi loyal. Sebaliknya, jika pelayanan tidak memenuhi harapan, maka kekecewaan akan timbul (Aqmarina, 2024).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau layanan yang diterimanya dengan harapannya. Dalam dunia perbankan, harapan nasabah mencakup berbagai aspek seperti kecepatan pelayanan, keramahan petugas, keamanan transaksi, serta kemampuan bank dalam menangani keluhan atau masalah yang terjadi (Veronica & Tumanggor, 2022).

Kepuasan nasabah dalam sektor perbankan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Kualitas pelayanan (*service quality*)
Termasuk keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.
2. Kecepatan dan ketepatan layanan
Pelayanan yang cepat, efisien, dan tidak berbelit-belit.
3. Kompetensi dan sikap pegawai
Profesionalisme dan keramahan pegawai sangat mempengaruhi persepsi nasabah.
4. Kemudahan akses informasi dan layanan
Termasuk ketersediaan kanal komunikasi yang terbuka dan mudah dihubungi.

5. Penanganan keluhan yang efektif

Respon terhadap keluhan yang cepat dan solutif akan meningkatkan kepercayaan nasabah.

Penanganan keluhan yang baik dan personalisasi layanan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Pelanggan merasa lebih dihargai ketika perusahaan menanggapi keluhan mereka secara serius dan menyelesaikannya dengan adil (Aksoy & Yilmaz, 2022).

Dalam konteks perbankan syariah, kepuasan nasabah tidak hanya dilihat dari aspek pelayanan teknis, tetapi juga dari kesesuaian praktik perbankan dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini mencakup kejelasan akad, transparansi, keadilan dalam transaksi, serta pelayanan yang mengedepankan nilai-nilai etika dan spiritual (Fataron, 2021).

Kepuasan nasabah memiliki peran penting dalam kelangsungan bisnis bank. Nasabah yang puas cenderung:

1. Bertahan lebih lama (loyal),
2. Menambah jumlah produk/layanan yang digunakan,
3. Merekomendasikan bank kepada orang lain,
4. Tidak mudah beralih ke bank pesaing.

Oleh karena itu, kepuasan nasabah bukan hanya menjadi hasil akhir dari proses layanan, tetapi juga menjadi bagian integral dari strategi pemasaran relasional seperti *Customer Relationship Marketing* (CRM). Dalam laporan tugas akhir ini, kepuasan nasabah dianalisis sebagai hasil dari penerapan CRM yang dilakukan oleh pihak bank dalam menangani keluhan secara efektif.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1 Sejarah Berdirinya Instansi



Sumber: <https://www.google.com/Fm.potretnews.com>

Gambar 3.1 Menara Dang Merdu Bank Riau Kepri Syariah.

Bank Riau Kepri Syariah merupakan lembaga keuangan yang bertransformasi dari Bank Riau Kepri, yaitu bank pembangunan daerah milik Pemerintah Provinsi Riau dan Kepulauan Riau. Sebelumnya, Bank Riau Kepri beroperasi secara konvensional sejak berdirinya pada tanggal 1 April 1961, berdasarkan izin operasional dari Menteri Keuangan Republik Indonesia melalui SK No. BUM.9-4-5 tanggal 10 Maret 1961.

Transformasi penting terjadi ketika Bank Riau Kepri memutuskan untuk melakukan konversi penuh dari sistem perbankan konvensional menjadi perbankan syariah. Keputusan ini merupakan langkah strategis dalam mendukung penguatan sistem ekonomi syariah, khususnya di wilayah Riau dan Kepulauan Riau yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor keuangan berbasis prinsip Islam.

Proses konversi tersebut resmi disahkan melalui Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor KEP-17/D.03/2022 tanggal 4 Maret 2022, yang menyatakan bahwa Bank Riau Kepri telah resmi menjadi Bank Umum Syariah dengan nama baru: PT Bank Riau Kepri Syariah.

Dengan perubahan ini, Bank Riau Kepri Syariah menjadi bank pembangunan daerah pertama di Indonesia yang sepenuhnya beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Langkah ini juga diiringi dengan penyesuaian sistem operasional, sumber daya manusia, produk dan layanan, serta pengawasan oleh Dewan Pengawas Syariah.

Bank Riau Kepri Syariah kini berkomitmen untuk memberikan layanan perbankan yang sesuai syariah, inovatif, dan berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Salah satu unit pelayanan yang mendukung komitmen tersebut adalah Cabang Pembantu Rumbai, tempat penulis melaksanakan kegiatan magang. Unit ini memiliki peran penting dalam memperluas akses layanan perbankan syariah di wilayah Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru.

3.1.2 Alamat Instansi



Sumber: Observasi Lapangan

Gambar 3.2 Gedung Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai.

Kegiatan magang dilaksanakan oleh penulis di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai, yang merupakan salah satu unit pelayanan dari PT Bank Riau Kepri Syariah di Kota Pekanbaru. Cabang ini berperan dalam memberikan layanan perbankan syariah kepada masyarakat, khususnya di wilayah Rumbai Pesisir. Adapun alamat lengkap dari instansi tempat magang adalah sebagai berikut:

Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Jalan Sembilang No. 108, Kelurahan Meranti Pandak, Kecamatan Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, 28266.

Lokasi ini strategis karena berada di kawasan padat penduduk dan dekat dengan area permukiman, fasilitas umum, serta kawasan industri ringan, sehingga mendukung upaya pemasaran dan pelayanan nasabah secara langsung. Selain itu, akses transportasi menuju kantor cabang ini tergolong mudah dijangkau, baik oleh masyarakat umum maupun nasabah setia bank.

3.1.3 Visi, Misi, dan Tujuan Instansi

Sebagai lembaga keuangan daerah yang telah bertransformasi menjadi bank umum syariah, Bank Riau Kepri Syariah memiliki visi, misi, dan tujuan yang mencerminkan komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah serta pengembangan ekonomi umat. Ketiga elemen ini menjadi landasan dalam setiap kegiatan operasional dan strategis, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabah di berbagai wilayah, salah satunya di Cabang Pembantu Rumbai.

Visi dari Bank Riau Kepri Syariah adalah “Menjadi Bank Syariah Terdepan, Terkemuka, dan Berbasis Teknologi di Wilayah Riau dan Kepulauan Riau.”

Visi ini menggambarkan aspirasi Bank Riau Kepri Syariah untuk menjadi institusi keuangan syariah yang unggul dalam kualitas layanan, berdaya saing tinggi, serta adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dalam layanan perbankan.

Misi Bank Riau Kepri Syariah:

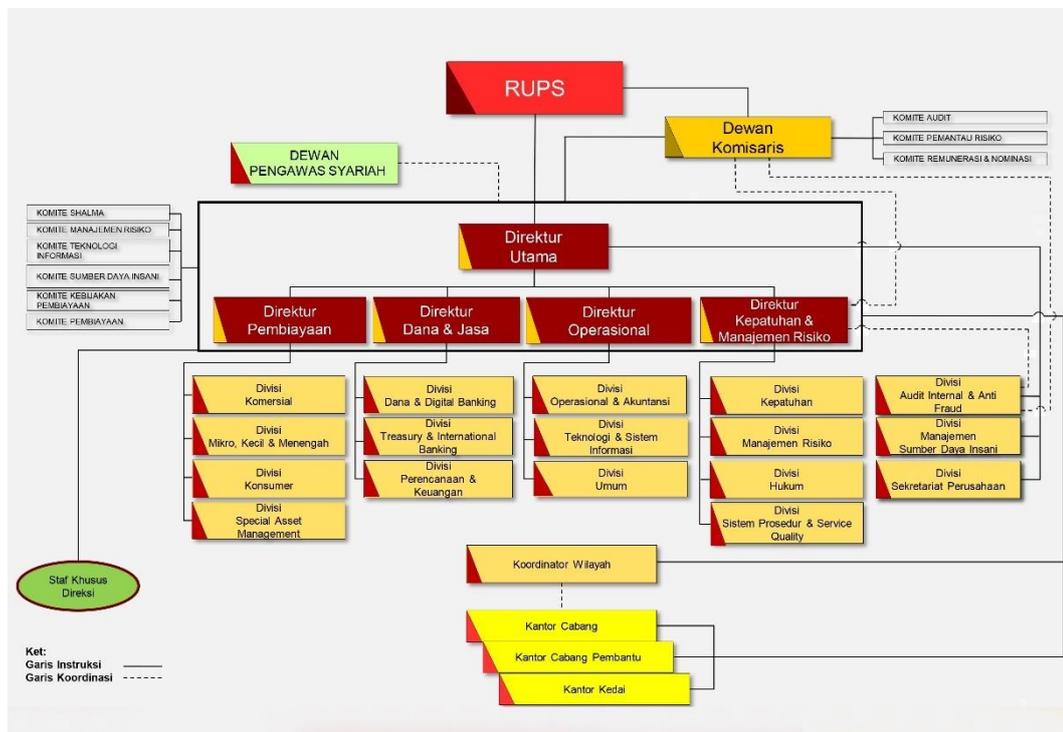
1. Memberikan pelayanan perbankan syariah yang amanah, profesional, dan kompetitif.
2. Mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui pembiayaan syariah yang adil dan produktif.
3. Mengembangkan inovasi dan teknologi layanan berbasis prinsip syariah.
4. Menumbuhkan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan yang transparan dan berintegritas.
5. Meningkatkan kesejahteraan pemangku kepentingan secara berkelanjutan.

Tujuan strategis BRK Syariah mencakup:

1. Mewujudkan sistem keuangan syariah yang inklusif dan terpercaya di daerah.
2. Meningkatkan peran bank dalam pembangunan ekonomi berbasis syariah.
3. Menyediakan produk dan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
4. Membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah melalui pelayanan yang berkualitas dan beretika.
5. Menciptakan tata kelola perusahaan yang sehat, transparan, dan sesuai regulasi.

Melalui visi, misi, dan tujuan tersebut, Bank Riau Kepri Syariah berupaya memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ekonomi daerah yang selaras dengan prinsip syariah, serta meningkatkan literasi dan inklusi keuangan masyarakat.

3.1.4 Struktur Organisasi dan Tugas Pokok serta Fungsi Masing-Masing



Sumber: <https://www.brksyariah.co.id/brkweb>

Gambar 3.3 Struktur Organisasi Bank Riau Kepri Syariah

Struktur organisasi di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai disusun secara sederhana dan fungsional untuk mendukung kelancaran operasional

serta pelayanan nasabah secara optimal. Meskipun bersifat sebagai cabang pembantu, unit ini memiliki tanggung jawab penting dalam menunjang kegiatan operasional dan pemasaran Bank Riau Kepri Syariah di wilayah Rumbai Pesisir.

Secara umum, struktur organisasi di Cabang Pembantu Rumbai terdiri dari beberapa unit berikut:

1. Kepala Cabang Pembantu, Tugas Pokok dan Fungsi:

- Memimpin dan mengawasi seluruh kegiatan operasional di cabang pembantu.
- Mengkoordinasikan seluruh unit kerja agar berjalan sesuai prosedur.
- Bertanggung jawab terhadap pencapaian target operasional dan pemasaran.
- Menjalin komunikasi dengan kantor cabang utama dan pihak eksternal lainnya.

2. *Customer Service (CS)*, Tugas Pokok dan Fungsi:

- Melayani pembukaan rekening baru, pengaduan, dan permintaan informasi produk.
- Menyediakan edukasi dan bantuan kepada nasabah mengenai prosedur transaksi.
- Mencatat dan menindaklanjuti keluhan nasabah untuk disampaikan ke unit terkait.
- Menjaga hubungan baik dan membangun loyalitas dengan nasabah.

3. Teller, Tugas Pokok dan Fungsi:

- Melaksanakan transaksi harian seperti penyetoran, penarikan, transfer, dan pembayaran.
- Memberikan pelayanan transaksi secara cepat, tepat, dan aman.
- Bertanggung jawab atas kelengkapan dokumen transaksi dan saldo kas.
- Membantu memberikan informasi sederhana kepada nasabah terkait layanan transaksi.

4. Bagian Pemasaran (*Marketing*), Tugas Pokok dan Fungsi:

- Mempromosikan produk-produk perbankan syariah seperti tabungan, deposito, pembiayaan, dan *rahn* (gadai) emas.

- Melakukan pendekatan langsung kepada calon nasabah individu maupun institusi.
 - Menjalin dan menjaga hubungan jangka panjang dengan nasabah potensial.
 - Memberikan edukasi mengenai keunggulan produk syariah dan prinsip-prinsipnya.
5. Bagian Administrasi dan Operasional, Tugas Pokok dan Fungsi:
- Mengelola pencatatan dokumen dan arsip transaksi harian.
 - Mengontrol kelengkapan administrasi pembukaan rekening, pembiayaan, dan laporan kas.
 - Memastikan kepatuhan terhadap standar operasional dan pelaporan internal.
 - Membantu kebutuhan internal lainnya yang bersifat administratif.
6. Satuan Pengamanan (Satpam), Tugas Pokok dan Fungsi:
- Menjaga keamanan lingkungan kantor dan aset perbankan.
 - Mengatur antrean nasabah dan memberikan bantuan informasi awal.
 - Mengawasi lalu lintas keluar-masuk barang dan orang.
 - Memberikan rasa aman dan nyaman bagi nasabah selama bertransaksi.

Struktur organisasi ini menunjukkan bahwa setiap unit memiliki peran yang saling terkait dan mendukung satu sama lain dalam mencapai tujuan layanan yang optimal. Kolaborasi antarunit juga menjadi kunci utama dalam penerapan *Customer Relationship Marketing* dan peningkatan kepuasan nasabah yang menjadi fokus dalam laporan ini.

3.1.5 Kegiatan Pokok

Sebagai lembaga keuangan daerah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai memiliki kegiatan utama yang difokuskan pada penghimpunan dana, penyaluran pembiayaan, serta pelayanan jasa perbankan syariah kepada masyarakat. Kegiatan-kegiatan ini dijalankan dengan mengacu pada nilai-nilai syariah dan bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Adapun kegiatan pokok instansi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penghimpunan Dana dari Masyarakat

Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai menghimpun dana dari masyarakat melalui berbagai produk simpanan berbasis prinsip syariah, seperti:

- Tabungan iB: Produk tabungan berbasis akad *wadiah* (titipan) atau *mudharabah* (bagi hasil), tergantung jenis tabungannya.
- Giro iB: Untuk kebutuhan transaksi harian nasabah perorangan maupun badan usaha.
- Deposito iB: Simpanan berjangka dengan sistem bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah*.

Penghimpunan dana ini menjadi salah satu sumber utama dalam mendukung kegiatan pembiayaan produktif yang dilakukan oleh bank.

2. Penyaluran Dana Melalui Pembiayaan Syariah

Penyaluran dana dilakukan dalam bentuk pembiayaan kepada nasabah individu atau badan usaha dengan menggunakan akad-akad syariah yang sesuai, seperti:

- *Murabahah* (jual beli)
- *Ijarah* (sewa)
- *Musyarakah* (kemitraan)
- *Mudharabah* (bagi hasil)
- *Rahn* (gadai syariah)

Jenis pembiayaan yang diberikan meliputi pembiayaan konsumtif (untuk keperluan pribadi, pendidikan, atau rumah tangga) dan pembiayaan produktif (untuk kegiatan usaha mikro, kecil, hingga menengah).

3. Pelayanan Transaksi dan Layanan Nasabah

Kegiatan pokok lainnya adalah memberikan layanan transaksi perbankan kepada nasabah, seperti:

- Penyetoran dan penarikan tunai
- Transfer antarbank dan antarrekening
- Pembayaran tagihan
- Layanan informasi produk dan edukasi perbankan syariah
- Penanganan keluhan dan pengaduan nasabah

Layanan ini dilakukan secara langsung di kantor serta didukung dengan sistem digital seperti BRKS *Mobile*.

4. Aktivitas Pemasaran Produk

Tim marketing di Cabang Pembantu Rumbai memiliki peran strategis dalam memperkenalkan produk-produk perbankan syariah kepada masyarakat. Aktivitas ini dilakukan melalui:

- Kunjungan langsung ke tempat usaha atau rumah nasabah potensial
- Penawaran produk tabungan, deposito, pembiayaan, dan *rahn*
- Edukasi mengenai manfaat sistem keuangan syariah
- Pendekatan relasional untuk membina hubungan jangka panjang dengan nasabah

Strategi pemasaran dilakukan secara aktif, dengan pendekatan personal dan edukatif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap keuangan syariah.

5. Edukasi dan Literasi Keuangan Syariah

Sebagai bank daerah yang menjalankan prinsip syariah, Bank Riau Kepri Syariah juga memiliki tanggung jawab dalam memberikan edukasi mengenai sistem keuangan syariah kepada masyarakat, baik melalui interaksi langsung maupun media informasi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman nasabah terhadap akad, hak, dan kewajiban dalam transaksi perbankan syariah.

Seluruh kegiatan pokok tersebut dijalankan dengan mengedepankan profesionalisme, integritas, dan nilai-nilai Islam. Hal ini sekaligus menjadi dasar dalam penerapan strategi *Customer Relationship Marketing* dan upaya peningkatan kepuasan nasabah yang menjadi fokus dalam laporan tugas akhir ini.

3.2 Pembahasan

Pembahasan ini merupakan hasil dari proses observasi, wawancara, serta keterlibatan langsung penulis selama mengikuti kegiatan magang di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai. Fokus utama pembahasan adalah menjawab pertanyaan rumusan masalah.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara, penulis menemukan bahwa Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai menerapkan prinsip-prinsip

Customer Relationship Marketing (CRM) dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah, terutama dalam konteks penanganan keluhan. Strategi ini dijalankan dengan mengedepankan komunikasi yang terbuka, pelayanan yang personal, dan komitmen terhadap kepuasan nasabah.

3.2.1 Penerapan Strategi CRM dalam Penanganan Keluhan

Customer Relationship Marketing (CRM) merupakan pendekatan strategis yang berfokus pada membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah. Di lingkungan Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai, penerapan CRM tidak hanya bertujuan untuk menarik nasabah baru, tetapi juga untuk menjaga loyalitas nasabah melalui pelayanan yang responsif, ramah, dan berbasis nilai-nilai syariah, terutama ketika menangani keluhan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung selama kegiatan magang, penerapan strategi CRM dalam penanganan keluhan di cabang ini dilakukan melalui berbagai pendekatan berikut:

1. Pendekatan Personal (*Personal Touch*)

Pihak bank, terutama bagian *customer service* dan marketing, memiliki kebiasaan membangun hubungan emosional dengan nasabah, terutama nasabah tetap. Pegawai mengenali nasabah secara nama dan memahami karakteristik serta kebutuhan mereka. Hal ini menciptakan kedekatan yang membuat nasabah merasa lebih nyaman saat menyampaikan keluhan.

2. Komunikasi Terbuka dan Empatik

Salah satu nilai utama dalam pelayanan di Bank Riau Kepri Syariah adalah komunikasi yang terbuka dan empatik. Petugas pelayanan memberikan ruang bagi nasabah untuk menjelaskan keluhannya secara rinci tanpa interupsi. Setelah mendengar keluhan, petugas menyampaikan solusi atau alternatif secara jelas dan tidak defensif, serta menjaga suasana tetap kondusif.

3. Penanganan Keluhan Secara Cepat dan Langsung

Bank memiliki standar bahwa setiap keluhan yang bersifat teknis atau administratif harus segera ditangani dalam waktu maksimal 1×24 jam. Untuk

keluhan yang lebih kompleks atau memerlukan konfirmasi dengan kantor pusat, nasabah tetap diberikan informasi progres penanganan secara berkala.

4. Pencatatan Keluhan Nasabah

Setiap keluhan yang diterima, baik secara lisan maupun tertulis, dicatat oleh petugas *customer service*. Data ini berguna untuk evaluasi internal, mengetahui jenis keluhan yang sering terjadi, serta meminimalkan kemungkinan terulangnya masalah serupa di kemudian hari.

5. Edukasi kepada Nasabah

Sebagian besar keluhan nasabah muncul akibat kurangnya pemahaman terhadap akad atau mekanisme produk syariah yang digunakan. Oleh karena itu, setiap penyelesaian keluhan selalu disertai dengan edukasi ringan mengenai konsep syariah yang mendasari produk, seperti akad *rahn*, *wadiah*, *mudharabah*, atau *murabahah*. Pendekatan ini memperkuat kepercayaan nasabah terhadap sistem syariah yang digunakan oleh bank.

6. Konsistensi Sikap Islami dalam Pelayanan

Penerapan CRM juga tercermin dalam etika pelayanan yang sesuai dengan prinsip Islam, seperti jujur, sabar, dan tidak menyalahkan nasabah. Seluruh pegawai bank dibekali pelatihan untuk melayani dengan prinsip *ihsan* (berbuat terbaik) dan *amanah* (dapat dipercaya), yang tercermin dalam perilaku sehari-hari saat menangani keluhan.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi *Customer Relationship Marketing* di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai tidak hanya digunakan sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai pendekatan menyeluruh dalam menyelesaikan keluhan nasabah. Kombinasi antara pelayanan yang cepat, sikap empatik, pendekatan personal, serta edukasi berbasis syariah menjadikan CRM sebagai alat penting dalam menjaga kepercayaan dan kepuasan nasabah.

3.2.2 Dampak Penerapan CRM terhadap Kepuasan Nasabah

Penerapan strategi *Customer Relationship Marketing* (CRM) di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai tidak hanya bertujuan untuk menyelesaikan keluhan nasabah, tetapi juga menjadi upaya dalam membangun

loyalitas dan meningkatkan kepuasan nasabah secara menyeluruh. Berdasarkan hasil pengamatan selama kegiatan magang dan interaksi langsung dengan pihak internal maupun beberapa nasabah, dapat diidentifikasi sejumlah dampak positif dari implementasi CRM terhadap kepuasan nasabah. Adapun dampak dari penerapan CRM terhadap kepuasan nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Meningkatnya Rasa Percaya dan Kenyamanan Nasabah

Pelayanan yang dilakukan secara personal, cepat tanggap, dan disertai penjelasan yang transparan membuat nasabah merasa dihargai dan diperhatikan. Banyak nasabah mengungkapkan bahwa mereka lebih nyaman menyampaikan keluhan di Bank Riau Kepri Syariah karena respons yang diterima bersifat solutif, bukan defensif. Kepercayaan nasabah terhadap institusi pun meningkat karena merasa urusan mereka tidak diabaikan.

2. Terbentuknya Loyalitas Jangka Panjang

Penerapan CRM mendorong terciptanya hubungan jangka panjang antara nasabah dan pihak bank. Nasabah yang merasa puas dengan cara bank menangani keluhan mereka, umumnya cenderung tidak berpindah ke lembaga keuangan lain. Bahkan, beberapa nasabah secara sukarela merekomendasikan layanan bank ini kepada rekan kerja atau keluarga, yang menunjukkan adanya loyalitas emosional dan fungsional terhadap bank.

3. Penurunan Jumlah Keluhan Berulang

Setiap keluhan yang masuk dicatat dan dievaluasi secara rutin oleh pihak bank. Melalui proses ini, bank dapat mengidentifikasi pola permasalahan yang sering terjadi dan melakukan perbaikan internal secara berkala. Upaya tersebut berkontribusi terhadap penurunan jumlah keluhan berulang. Dengan demikian, bukan hanya penyelesaian masalah yang menjadi fokus, tetapi juga pencegahan sebagai bagian dari peningkatan kualitas pelayanan.

4. Peningkatan Citra Bank di Mata Masyarakat

Responsifnya pihak bank terhadap keluhan nasabah secara tidak langsung membangun citra positif di mata masyarakat. Bank dinilai sebagai lembaga yang terbuka, profesional, dan bertanggung jawab. Dalam konteks syariah, bank juga

dinilai telah mengimplementasikan prinsip *masalah* (memberikan kemanfaatan) dan keadilan dalam pelayanan.

5. Keterlibatan Aktif Nasabah dalam Proses Evaluasi

CRM yang diterapkan secara konsisten mendorong nasabah untuk terlibat secara aktif dalam memberi masukan kepada pihak bank. Nasabah tidak hanya menjadi pengguna layanan, tetapi juga menjadi mitra dalam perbaikan mutu pelayanan. Misalnya, nasabah memberikan saran mengenai penyederhanaan proses atau penambahan layanan digital, yang kemudian dipertimbangkan oleh pihak bank.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan CRM di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai berdampak langsung terhadap peningkatan kepuasan nasabah, baik dari sisi emosional, fungsional, maupun persepsi terhadap kualitas pelayanan. Strategi CRM terbukti tidak hanya menyelesaikan masalah, tetapi juga memperkuat hubungan dan meningkatkan nilai kepercayaan antara bank dan nasabah.

3.2.3 Hambatan dalam Pelaksanaan CRM

Strategi *Customer Relationship Marketing* (CRM) di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai telah dijalankan secara konsisten dan memberikan dampak positif terhadap kepuasan nasabah. Namun demikian, dalam pelaksanaannya di lapangan, masih terdapat berbagai hambatan yang mengganggu efektivitas implementasi. Hambatan-hambatan tersebut bisa bersifat teknis, operasional, maupun berasal dari faktor eksternal yang berada di luar kendali pihak bank. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, berikut ini adalah beberapa hambatan yang ditemukan dalam penerapan CRM:

1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Salah satu kendala utama adalah keterbatasan jumlah petugas di bagian *front office*, seperti *customer service* dan *teller*, terutama pada jam operasional sibuk. Keterbatasan ini menyebabkan pelayanan menjadi kurang maksimal dan penanganan keluhan bisa tertunda, terutama saat ada antrian panjang atau jika keluhan memerlukan koordinasi dengan pihak lain.

2. Kurangnya Kesadaran Nasabah dalam Menyampaikan Keluhan Secara Formal

Beberapa nasabah enggan menyampaikan keluhan secara langsung dan memilih untuk menyampaikan lewat jalur informal seperti cerita ke sesama nasabah atau media sosial. Rendahnya budaya penyampaian masukan ini menyulitkan bank untuk mengetahui masalah yang sebenarnya terjadi dan memperbaikinya secara cepat.

3. Keterbatasan Wewenang Cabang Pembantu

Sebagai unit kerja di bawah kantor cabang utama, Cabang Pembantu Rumbai memiliki ruang gerak yang terbatas dalam mengambil keputusan atas keluhan-keluhan tertentu, khususnya yang berkaitan dengan kebijakan produk, sistem, atau keuangan dalam jumlah besar. Hal ini menyebabkan penyelesaian beberapa keluhan memerlukan waktu lebih lama karena harus dikoordinasikan ke tingkat yang lebih tinggi.

4. Perbedaan Persepsi Antara Nasabah dan Pegawai

Dalam beberapa kasus, keluhan muncul karena adanya kesenjangan pemahaman antara pihak bank dan nasabah, terutama terkait akad-akad syariah atau fitur produk tertentu. Meski edukasi sudah dilakukan, masih ditemukan nasabah yang menganggap bank “berbelit-belit” karena tidak memahami bahwa proses tersebut merupakan bagian dari kepatuhan terhadap prinsip syariah.

Dari berbagai hambatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan CRM tidak hanya ditentukan oleh pendekatan yang ramah dan responsif, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kesiapan infrastruktur, kompetensi pegawai, serta keterlibatan nasabah itu sendiri. Oleh karena itu, strategi CRM harus terus disempurnakan agar mampu menjawab tantangan pelayanan dan memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.

3.3 Solusi

Berdasarkan hambatan-hambatan yang ditemukan dalam penerapan strategi *Customer Relationship Marketing* (CRM) di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai, maka penulis memberikan beberapa solusi yang dapat dijadikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas CRM dalam menangani keluhan

nasabah dan meningkatkan kepuasan mereka. Solusi yang diusulkan bersifat praktis dan dapat dijalankan secara bertahap sesuai dengan kapasitas dan kondisi instansi.

Berikut beberapa solusi yang dapat dijadikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas CRM:

1. Penguatan SDM melalui Pelatihan dan Penambahan Tenaga Pelayanan

Bank dapat menyelenggarakan pelatihan rutin terkait pelayanan prima, komunikasi empatik, serta manajemen keluhan nasabah. Selain itu, jika memungkinkan, perlu ada penambahan jumlah petugas di bagian *front office* pada jam-jam padat guna mencegah penumpukan antrian dan mempercepat penanganan keluhan.

2. Meningkatkan Sosialisasi dan Edukasi kepada Nasabah

Bank dapat mengadakan kegiatan rutin seperti *customer gathering* dan literasi keuangan syariah agar nasabah lebih memahami akad dan prosedur layanan yang diterapkan. Pemahaman yang baik akan mengurangi kesalahpahaman dan menekan potensi keluhan yang tidak mendasar.

3. Pendelegasian Kewenangan Tertentu pada Cabang Pembantu

Kantor pusat dapat memberikan kewenangan tertentu kepada cabang pembantu, misalnya dalam memberikan penyelesaian administratif yang tidak terlalu kompleks. Dengan demikian, waktu penyelesaian keluhan bisa lebih efisien tanpa harus menunggu konfirmasi dari kantor induk.

4. Membangun Budaya Umpan Balik Internal

Manajemen internal dapat menerapkan sistem evaluasi layanan berbasis feedback antarpegawai, sehingga setiap unit dapat saling memberi masukan untuk perbaikan kualitas pelayanan. Hal ini akan memperkuat budaya kerja kolaboratif dan meningkatkan mutu layanan secara berkelanjutan.

Dengan menerapkan solusi-solusi tersebut, diharapkan pelaksanaan CRM di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai tidak hanya mampu menanggapi keluhan nasabah secara cepat, tetapi juga meningkatkan kualitas hubungan dengan nasabah, membangun loyalitas, dan menciptakan kepuasan yang berkelanjutan sesuai prinsip syariah.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Strategi CRM yang diterapkan mencakup pendekatan personal, respons cepat terhadap keluhan, komunikasi terbuka, serta edukasi syariah kepada nasabah. Seluruh proses tersebut dilakukan dengan menjunjung tinggi nilai-nilai Islam seperti *amanah*, *ihsan*, dan kejujuran.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, serta keterlibatan langsung selama kegiatan magang di Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai Pekanbaru, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi *Customer Relationship Marketing* (CRM) memiliki peran penting dalam menangani keluhan nasabah dan meningkatkan tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Penerapan strategi CRM berdampak positif terhadap peningkatan kepercayaan, loyalitas, dan kepuasan nasabah terhadap layanan bank, namun demikian dalam pelaksanaannya masih ditemukan beberapa hambatan, seperti keterbatasan jumlah SDM, keterbatasan kewenangan cabang pembantu, serta kurangnya kesadaran sebagian nasabah dalam menyampaikan keluhan secara formal. Hambatan-hambatan ini dapat menghambat efektivitas CRM jika tidak segera ditindaklanjuti secara strategis.

Secara keseluruhan, Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai telah berhasil mengimplementasikan CRM dalam konteks pelayanan syariah dengan cukup baik, dan berpotensi untuk terus ditingkatkan melalui pembaruan sistem dan penguatan SDM.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan konstruktif baik bagi pihak instansi tempat magang maupun penulis selanjutnya, agar penerapan *Customer Relationship Marketing* (CRM) semakin optimal dan berdampak luas terhadap peningkatan kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah.

1. Saran untuk Instansi (Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pembantu Rumbai):

- Meningkatkan jumlah dan kapasitas sumber daya manusia

Penambahan petugas di bagian pelayanan nasabah (*customer service* dan *teller*) pada jam sibuk sangat dibutuhkan agar penanganan keluhan dapat dilakukan secara lebih cepat dan efisien. Selain itu, pelatihan pelayanan berbasis syariah dan komunikasi empatik perlu terus ditingkatkan.

- Mengoptimalkan edukasi kepada nasabah

Keluhan yang muncul akibat ketidaktahuan nasabah dapat dikurangi dengan memberikan edukasi secara rutin terkait akad-akad syariah dan prosedur layanan. Edukasi bisa disampaikan melalui media sosial, brosur, atau pendekatan langsung oleh petugas bank.

- Meningkatkan koordinasi dengan kantor pusat

Agar beberapa keluhan dapat segera diselesaikan tanpa menunggu konfirmasi berlarut, perlu ada pelimpahan wewenang terbatas kepada cabang pembantu untuk menangani kasus-kasus tertentu yang bersifat ringan atau administratif.

2. Saran untuk Penulis Selanjutnya:

- Penulis berikutnya disarankan untuk mengeksplorasi topik yang lebih spesifik seperti efektivitas digitalisasi CRM di bank syariah atau membandingkan tingkat kepuasan nasabah antara cabang syariah dan konvensional.
- Akan lebih baik jika penulisan dilengkapi dengan pendekatan kuantitatif seperti kuesioner atau survei langsung kepada nasabah, agar hasil yang diperoleh tidak hanya bersifat deskriptif tetapi juga terukur secara statistik.
- Penulis juga disarankan untuk memperhatikan perkembangan regulasi terbaru dan praktik CRM berbasis teknologi agar hasil penulisan lebih relevan dan mutakhir dengan kondisi industri perbankan saat ini.

Dengan saran-saran tersebut, diharapkan penerapan CRM di Bank Riau Kepri Syariah dapat terus ditingkatkan dan menjadi model pelayanan perbankan syariah yang unggul dalam menangani keluhan serta menjaga kepuasan nasabah secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksoy, M., & Yilmaz, Ö. (2022). Consumer complaints and complaint management in the tourism sector. In *Managing risk and decision making in times of economic distress, part a* (Vol. 108, pp. 95–111). Emerald Publishing Limited.
- Ali, M. A., Ting, D. H., Isha, A. S. N., Ahmad-Ur-Rehman, M., & Ali, S. (2023). Does service recovery matter? Relationships among perceived recovery justice, recovery satisfaction and customer affection and repurchase intentions: the moderating role of gender. *Journal of Asia Business Studies*, 17(2), 308–326.
- Aqmarina, A. U. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT BANK SULSELBAR MAKASSAR*.
- Fataron, Z. A. (2021). Hubungan Islamic Marketing Ethics Dan Customer Satisfaction Pada Perbankan Syariah. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(1), 87.
- Hasan, G., Amri, M. I., Cahyani, N., Nanda, M., & Brecillia, V. (2025). ANALISIS PENERAPAN MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN PADA UMKM BOS ALPUKAT DI KOTA BATAM. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 5(2), 750–771.
- Herawati, T. (2024). Tren Pengaduan Konsumen Terhadap Sektor Perbankan: Analisis Kasus Pengaduan Kepada Ojk Pada Tahun 2023 Dihubungkan Dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (Pojk). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 11255–11260.
- Husna, A. N., & Arifa, C. (2020). Analisis Penerapan Customer Relationship Management dan Perhitungan Customer Lifetime Value untuk Meningkatkan Profitabilitas Pelanggan pada Diponegoro Printing. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 7(2), 1–21.
- Murati, A., Skau, O., & Geer, A. (2024). Embedded finance: How banks and customer platforms are converging. *McKinsey & Company*.
- OKTAVIA, L. (2021). *PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPERCAYAAN NASABAH PADA PT*.
- Singgih, C. T. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank syariah di kabupaten jombang yang dimediasi variabel kepuasan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 197–208.
- SRI, R. M. (2023). *PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS NASABAH (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Bandar Lampung* (pp. 1–109).

- Veronica, F., & Tumanggor, B. F. (2022). KINERJA TELLER DALAM MELAKUKAN STANDAR LAYANAN TERKAIT KEPUASAN NASABAH STUDI PADA KANTOR KAS WORLD TRADE CENTER JAKARTA PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK. *Jurnal Sumber Daya Aparatur*, 4(2), 53–72.
- Wijaya, A. P., Prananta, W., & Permana, M. V. (2023). PERAN KEADILAN PROSEDURAL DAN KEADILAN ANTAR PRIBADI DALAM MENENTUKAN KEBERHASILAN DAN KEPUASAN PENANGANAN KOMPLAIN. *Jurnal Bisnis Terapan*, 7(1), 21–32.

LAMPIRAN

Lampiran 1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

- Program Studi : Manajemen Pemasaran
1. Nama Lengkap : Muhammad Hadi Syahputra
 2. No. Hp : 085363929409
 3. Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru/12 Juli 2003
 4. Alamat : JL. Merak GG. Kenanga No.168 Kel. Tangkerang Tengah, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru
 5. Email : mhadiyahputra12@gmail.com
 6. Riwayat Pendidikan :

Tabel 1 Riwayat Pendidikan

No	Nama Pendidikan	Tempat	Tahun		Spesialis Bidang
			Dari	Sampai	
1	SDN 66 Pekanbaru	Pekanbaru	2010	2016	-
2	SMPN 10 Pekanbaru	Pekanbaru	2016	2019	-
3	SMAN 5 Pekanbaru	Pekanbaru	2019	2022	MIPA
4	UNIVERSITAS JAMBI	Muaro Jambi	2022	2025	Manajemen Pemasaran

Jambi, 02 Juli 2025

Muhammad Hadi Syahputra
NIM. C0B022020

Lampiran 2

Dokumentasi Kegiatan Magang





