

# **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.