

Pelaksanaan Costumer Relationship Managemen (Crm) Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut Kcpsy Multatuli

Winda Saputri

¹Fakultas Agama Islam, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat li, Kec. Medan Timur., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

Email : windasaputri@gmail.com

Abstrak

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

Kata kunci: *Implementasi Customer Relationship Managemen, Nasabah, Loyalitas*

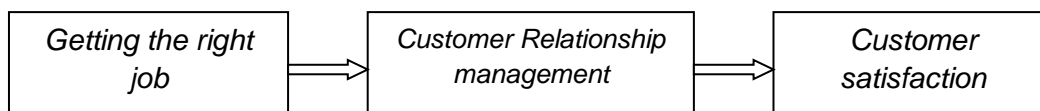
1. PENDAHULUAN

Dunia perbankan saat ini tidaklah sesederhana dunia perbankan puluhan tahun yang lalu. Banyak bank bahkan bank asing yang turut serta memperebutkan nasabah dipangsa pasar yang sama, diikuti dengan berbagai masalah merger dan akuisisi bank, membuktikan bahwa daya saing antar bank di Indonesia sudah semakin ketat dan kompetitif. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah pendekatan manajemen yang menempatkan customer pada inti suatu proses dan pelaksanaan dari strategi pemasaran perusahaan. Konsep ini berangkat dari asumsi bahwa pelanggan lebih suka memiliki hubungan jangka panjang yang baik dengan satu perusahaan ketimbang berpindah-pindah.

Menurut Handen dan Fanddy Tjiptono dalam *Customer Relationship Management* (CRM) adalah proses mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan (*profitable costumers*). Seperti yang diungkapkan oleh graffin menunjukkan bahwa 80% pendapatan yang didapatkan dari 20% konsumen yang bertahan. Dengan begitu “membangun Relasi” yang baik dengan nasabah akan jauh lebih bermakna dan baik daripada hanya “menjual” produk-produk yang bermutu tinggi, karena persaingan di Dunia Perbankan. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Al-Qur’an surah Al-Insyarah (94:7) Menjelaskan: **فَإِذَا أَنْصَبْتَ فَارْتَبِعْ**

Artinya: “Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”. (Q.S Al-Insyarah/ 94:7). Ayat diatas termasuk salah satu ayat yang paling komprehensif didalam Al-Qur’an, karena dalam ayat diatas kita dianjurkan untuk terus melakukan sesuatu dengan sungguh-sungguh dalam melakukan setiap pekerjaan dan apabila seseorang telah melakukan pekerjaannya hendaknya ia baru memfokuskan kepada hal yang lain. Dalam konteks ini adalah pihak perusahaan dan nasabahnya. CRM merupakan dimensi lain dari sebuah bisnis yang digunakan untuk mendeskripsikan apa yang diinginkan pelanggan atau nasabah. CRM mencakup keseluruhan proses bisnis yang bisa dipakai untuk menyatukan unsur informasi mengenai nasabah, respon terhadap mereka, sistem penjualan dan pemasaran usaha, serta prediksi tren pasar yang mungkin berubah.

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



Sumber: (Sukoco, 2002:113)

Gambar 1. Konsep Kepuasan Nasabah

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

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alamgir dan Shamsuddoha (2015), yang berjudul *Customer Relationship Management (CRM) Success Factors: An Exploratory study*. Tujuan diadakannya penelitian ini yaitu untuk memeriksa peran CRM, pengetahuan pelanggan dan hubungan sosial pada keberhasilan CRM. Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu : menemukan beberapa faktor suksesnya CRM. Faktor tersebut yaitu: sering memantau informasi pelanggan, pengumpulan dan penyimpanan informasi sosio demografi dan psikografi bersama dengan kebutuhan pelanggan sangat diperlukan untuk mengumpulkan pengetahuan pelanggan.

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

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, sumber data penelitian ini adalah skunder dan primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Wawancara (Interview), teknik analisis data adalah analisis deskriptif yaitu metode yang menggambarkan hasil penelitian dengan menelaah data yang diperoleh dari perusahaan kemudian dibandingkan dengan berbagai teori yang mendukung masalah penelitian.

3. HASIL

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

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

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

a. *People (Orang)*

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

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

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

Beliau mengatakan “untu tenaga ahli atau staf disini itu ada enam orang yang pertama Bapak Sofiyani Hadi sebagai Pemimpin CAPEM lalu Bapak Faisal Akbar sebagai Pemimpin Operasional terus Bapak Palti Raja sebagai Account Officer lalu Ibu Rina Widya Nningsih sebagai Back Officer, Ibu Ummi Khairiyah sebagai Teller dan saya sendiri Yulia sebagai Customer Service, terus kalau untuk kinerjanya ya sejauh ini dari yang saya rasakan juga kalau kami semua sudah berusaha menjalankan tugas kami dengan baik ya sesuai dengan tupoksinya terus kami juga cukup memiliki kekompakan yang baik dalam bekerja kaya kalau ada yang cuti atau yang izin kami akan menggantikan tugas mereka semampu kami kaya

sekarang ini kan sales officer itu udah resign ya jadi menunggu posisi itu terisi tugas dari sales officer itu di alihkan ke account officer, kalau selain itu mengenai kinerja kami pastinya kami juga mengusahan untuk selalu ramah dengan nasabah, proposional dan yang paling penting memiliki attitude yang baik”.

b. Proses

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

1) Mengidentifikasi Data Nasabah

Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan mewawancarai Bapak Faisal Akbar selaku Pimpinan Operasional Bank Sumut KCPSy Multatuli, peneliti menanyakan mengenai bagaimana cara pihak bank mendapatkan data individu nasabah?

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

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

2) Diferensiasi

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

Kemudian beliau mengatakan “nah kita ada nasabah biasa yang seperti biasanya ya yang minimal tabungan itu Rp.25.000 dan juga ada nasabah prioritas, nah kalau untuk nasabah prioritas sendiri itu adalah nasabah yang jumlah minimum tabungannya mencapai 200 juta, jadi kalau untuk nasabah prioritas nanti kita akan memberikan layanan dan fasilitas yang sesuai dengan ketentuan dari pusat terus para nasabah prioritas nanti ada disediakan ruangan khusus di Bank Sumut Syariah Pusat yang di Katamso dan lengkap dengan pelayanan khususnya”.

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

3) Kustomisasi

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

Beliau mengatakan “kalau untuk strategi ya, yang pertama strategi untuk menambah nasabah itu kami mulai dari yang paling dekat dulu kaya mengajak saudara kerabat

tetangga untuk menabung di bank Sumut Syariah Multatuli ini selain itu kita juga ada pemasangan iklan di koran ya kaya waspada terus kita juga ada pasang spanduk di tempat-tempat yang berkemungkinan di lihat sama banyak orang jadi untuk strategi mendapatkan nasabah ya seperti itu terus untuk strategi lainnya kaya kami melakukan kerjasama dengan lembaga seperti sekolah universitas jadi dari situ kami juga bisa mendapat penambahan nasabah, kemudian kalau untuk strategi kami dalam mempertahankan nasabah biasanya kami akan lebih rajin lagi komunikasinya sama nasabah prioritas maupun nasabah biasa baik melalui telepon, media sosial atau pun didatangi langsung, terutama untuk nasabah prioritas tadi ya, karna yang paling mesti di jaga ya nasabah prioritas tadikan karna yang lainnya kan seperti nasabah biasa atau nasabah yang tidak terdaftar sebagai nasabah prioritas dan nasabah yang memiliki saldo diatas 200 juta itu pasti kami jaga sekali kaya di hari-hari besar di perayaan pernikahan, ulang tahun mereka kita akan kasih partisipasi seperti memberi papan bunga, bingkisan, kartu ucapan jadi nasabah kita bisa semakin dekat dengan kita dan itu juga bisa menjaga hubungan baik dan juga menambah keloayan nasabah biasa maupun nasabah prioritas”.

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

4) Berbagi informasi

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

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

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

5) Kemitraan jangka panjang

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

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

Untuk memperkuat jawaban Ibu Yulia peneliti melakukan triangulasi dengan Bapak Faisal Akbar mengenai cara menjalin kerjasama dan hubungan jangka panjang dengan nasabahnya, dan beliau mengatakan “Kalau untuk hubungan jangka panjang kita ada kerja sama dengan yayasan seperti kita ada E-Pendidikan itu mengarah ke sekolah-sekolah atau universtas jadikan ada siswa yang harus punya rekening tabungan karena mereka mau menerima bantuan dari pemerintah terus kita juga membantu dalam proses pembayaran-pembayaran lainnya kaya uang kuliah, sks, biaya praktek dan kita juga membantu pihak kampus atau sekolah dalam mengolah keungan seperti pembayaran gaji guru dan pembayaran-pembayaran lainnya, jadi selain kita menjadi mitra mereka untuk menerima uang kuliah kita juga memberikan keuntungan untuk mereka yang terbantu dalam pengolaan keuangannya, nah selain itu kita juga ada melakukan kerjasama dengan masjid sebagai penampung dana di bagian BKM nya”

c. Teknologi

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

1) Teknologi Berbasis CRM

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

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

Untuk memperkuat jawaban dari bapak Faisal Akbar, peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan Teller yaitu Ibu Ummi, beliau mengatakan “untuk teknologi selain komputer yang digunakan untuk menyimpan data-base nasabah, di bank Sumut Syariah ini kami juga ada *E-Channel* nah kalau layanan ini bersifat *mobile* ya jadi bisa di akses dari *handphone* yang termasuk layanan *E-Channel* yaitu *Internet Banking* dan *Mobile Banking*

terus juga ada *E-Pendidikan* untuk sekolah-sekolah yang mau melakukan transaksi seperti yang saya jelaskan tadi tentang kerjasama dengan lembaga jadi untuk memudahkan transaksinya mereka akan punya akun masing-masing lalu bisa login ke *E-pendidikan* itu untuk melanjutkan transaksi, nah terus kita juga ada QRISK karnakan sekarang banyak metode pembayaran yang menggukan barcode aja jadi untuk nasabah yang mau punya QRISK nanti itu bisa kita proses”.

2) Otomatis layanan

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

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

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

2. Loyalitas Nasabah Terhadap Bank Sumut Kcpsy Multatuli

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

a. Expectations atau Harapan

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

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

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

b. Values atau Layanan

Peneliti melakukan wawancara, observasi dan mengambil dokumentasi pada hari Jumat tanggal 10 September 2021 di Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan mewawancarai Ibu

Ummi selaku Teller untuk mengetahui apakah ada pogram khusus atau layanan terbaik yang dibuat Bank SUMUT KCPSy Multatuli untuk menjalin hubungan baik dengan nasabah? Kemudian beliau mengatakan “dalam hal ini kami berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan pelayanan terbaik dengan mengutamakan kenyamanan nasabah tapi mungkin akan ada perbedaan pelayanan untuk nasabah prioritas dan mungkin itu bisa di bilang pelayanan khusus ya”

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

4. PEMBAHASAN

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

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

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

a. People (orang)

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

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

Kemudian untuk kinerjanya sudah sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Siahan (2008) yang menyatakan bahwa orang yang mengelola hubungan pelanggan (CRM) harus orang-orang yang profesional atau orang-orang dengan kualifikasi yang memadai Maksudnya yaitu orang-orang yang mempunyai kualifikasi yang memadai tidak hanya mengerti cara menggunakan teknologi, namun juga mempunyai kemampuan yang tangguh, proporsional dan smart (mempunyai pengetahuan), mempunyai keterampilan (*skill*), sikap (*attitude*), semangat (*spirit*) dalam bekerja, disiplin, menghargai waktu, dapat menjaga kepercayaan, kredibilitas, jujur, dapat bekerja sama (*team work*), komunikatif, koordinatif, ramah tamah (*friendly*), efisien dan ekonomis.

b. Proses

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

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

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

- 3) Kustomisasi, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa strategi dalam menambah nasabah yaitu melakukan promosi seperti pemberian brosur mengenai semua produk tabungan dan pembiayaan, pemberitaan melalui surat kabar lokal, yaitu di harian waspada, memasang spanduk yang diletakkan di tempat strategis dan melakukan kerjasama dengan yayasan ataupun lembaga seperti sekolah universitas dan masjid selain itu pemasaran dari mulut ke mulut juga dilakukan Bank Sumut KCPSy Multatuli dan hal itu sangatlah efektif di lingkungan masyarakat. Selanjutnya cara Bank Sumut KCPSy Multatuli dalam mempertahankan nasabah yaitu dengan cara memberikan pelayanan terbaik, memperbanyak komunikasi dengan nasabah melalui media sosial maupun telepon terutama nasabah prioritas kegiatan tersebut berpotensi besar dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah dan menambah kelayakan nasabah.
- 4) Berbagi informasi, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa dalam berbagi informasi Bank Sumut KCPSy Multatuli menggunakan dua cara yaitu melalui promosi seperti, brosur, memasang iklan disurat kabar lokal, yaitu di harian waspada, memasang spanduk dan juga melalui media sosial kemudian juga membagikan informasi dari whatsapp atau dihubungi langsung oleh pihak bank dan yang kedua *sales promotion* yaitu mengenalkan Bank Sumut KCPSy Multatuli dengan cara memberi hadiah berupa jam dinding, mangkuk, payung dan kaos yang terdapat logo Bank Sumut KCPSy Multatuli.
- 5) Kemitraan jangka panjang, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa Bank Sumut KCPSy Multatuli menjalin hubungan jangka panjang dengan yayasan, sekolah, universitas dan masjid, dengan berperan diproses pembayaran biaya Sekolah, Kuliah, BKM dan lain sebagainya dan Bank Sumut KCPSy Multatuli pun membantu dalam pengolahan keuangan seperti memudahkan dalam pembayaran gaji ke guru dan lain sebagainya.

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

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

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwasannya Allah menyeru hambanya untuk saling menjaga dan memelihara silaturahmi satu sama lain, karna dengan menjaga silaturahmi akan terjalin kerjasama yang jangka panjang.

c. Teknologi

- 1) Teknologi berbasis CRM, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa teknologi yang digunakan Bank

Sumut KCPSy Multatuli selain komputer, Mobile Banking dan Internet Banking juga ada E-Channel, E-Pendidikan, juga ada QRISK untuk pembayaran yang menggukan barcode

2) Otomatisasi layanan, terjadi kevalidan data dari hasil wawancara dengan narasumber satu dan dua yang menyatakan bahwa untuk otomatis layanan Bank Sumut KCPSy Multatuli menyediakan Autodebet, otomatis layanan ini dapat di lakukan apabila nasabah memiliki rekening tabungan Martabe.

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

Dapat dilihat dari dua elemen fundamental berikut:

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

5. KESIMPULAN

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

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

6. REFERENSI

- Amalia, A. (2017). Pengaruh Pendidikan, Pengangguran Dan Ketimpangan Gender Terhadap Kemiskinan Di Sumatera Utara. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 324-344.
- Amalia, A. (2018). Jual Beli Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal Attanmiah*, 1(2).

- Amalia, A. (2021). Analisis Kelangkaan Barang Dan Jasa Dalam Pandangan Ekonomi Syariah. *Journal Attanmiyah*, 4(7).
- Amini, N. R., Naimi, N., & Lubis, S. A. S. (2019). Implementasi Kurikulum Al-Islam Dan Kemuhammadiyah Dalam Meningkatkan Sikap Religiusitas Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 11(2), 359-372.
- Amsari, S. (2019). Analisis Efektifitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Mustahik (Studi Kasus Lazismu Pusat). *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2).
- Amsari, S. (2019). Analisis Efektifitas Pendayagunaan Zakat Produktif Pada Pemberdayaan Mustahik (Studi Kasus Lazismu Pusat). *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2).
- Amsari, S. (2021). Analisis Mekanisme Pembiayaan Dana Talangan Haji Pada Pt. Bank Bni Syariah Kantor Cabang Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 98-117.
- Amsari, S. (2021). Analisis Mekanisme Pembiayaan Dana Talangan Haji Pada Pt. Bank Bni Syariah Kantor Cabang Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 98-117.
- Amsari, S., & Nasution, S. (2020, January). Benefits Of Productive Zakat In Increasing Mustahik Revenue In Lazismu Center. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 141-150)*.
- Amsari, S., & Nasution, S. (2020, January). Benefits Of Productive Zakat In Increasing Mustahik Revenue In Lazismu Center. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 141-150)*.
- Amsari, S., & Nasution, S. (2020, January). Benefits Of Productive Zakat In Increasing Mustahik Revenue In Lazismu Center. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 141-150)*.
- Anshori & Iswati. (2009). *metodologi penelitian kuantitatif*. Surabaya : Airlangga University Press.
- Arifin. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Bara, A. (2018). Penyelesaian Non Performing Finance Di Lembaga Keuangan Syariah. *Aghniya*, 1(1), 1-13.
- Bara, A. (2018). Penyelesaian Non Performing Finance Di Lembaga Keuangan Syariah. *Aghniya*, 1(1), 1-13.
- Bara, A. L., & Pradesyah, R. (2020, February). Analysis Of The Management Of Productive Zakat At The Muhammadiyah, City Of Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 617-623)*.
- Bara, A. L., & Pradesyah, R. (2020, February). Analysis Of The Management Of Productive Zakat At The Muhammadiyah, City Of Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 617-623)*.
- Bara, A. L., & Pradesyah, R. (2020, February). Analysis Of The Management Of Productive Zakat At The Muhammadiyah, City Of Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 617-623)*.
- Bara, A. L., & Pradesyah, R. (2020, February). Analysis Of The Management Of Productive Zakat At The Muhammadiyah, City Of Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 617-623)*.
- Bara, A., & Pradesyah, R. (2021, January). Mosque Financial Management In The Pandemic Covid 19. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 21-27)*.
- Bara, A., & Pradesyah, R. (2021, January). Mosque Financial Management In The Pandemic Covid 19. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 21-27)*.
- Bara, A., Affandi, F., Farid, A. S., & Marzuki, D. I. (2021). The Effectiveness Of Advertising Marketing In Print Media During The Covid 19 Pandemic In The Mandailing Natal Region. *Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal) Vol, 4(1), 879-886*.
- Bara, A., Affandi, F., Farid, A. S., & Marzuki, D. I. (2021). The Effectiveness Of Advertising Marketing In Print Media During The Covid 19 Pandemic In The Mandailing Natal Region. *Budapest International Research And Critics Institute-Journal (Birci-Journal) Vol, 4(1), 879-886*.
- Dianto, D., & Amsari, S. (2021). Pembinaan Koperasi Di Ranting Muhammadiyah Desa Sukasari Dalam Membangun Perekonomian Umat Pasca Pandemi Covid 19. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 223-228.
- Dianto, D., & Amsari, S. (2021). Pembinaan Koperasi Di Ranting Muhammadiyah Desa Sukasari Dalam Membangun Perekonomian Umat Pasca Pandemi Covid 19. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 223-228.
- Don, p and Rogers, M. (2004). *Managing Customer Relationship* Canada : Hoboken, New Jersey.
- Ed, P. (2009). *Customer Relationship Management*. Pretince Hall.

- Edi, S. (2015). Radikalisme Dan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 14(2).
- Edi, S. (2015). Radikalisme Dan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 14(2).
- Edi, S. (2020). Teori Dan Ilustrasi Syirkah Dalam Ekonomi Islam. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Edi, S. (2020). Teori Dan Ilustrasi Syirkah Dalam Ekonomi Islam. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Edi, S., & Amini, N. R. (2020). Pembinaan Jamaah Dengan Metode Tadabbur Al-Quran Di Perhimpunan Keluarga Besar-Pelajar Islam Indonesia Sumatera Utara. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 220-228.
- Edi, S., & Amini, N. R. (2020). Pembinaan Jamaah Dengan Metode Tadabbur Al-Quran Di Perhimpunan Keluarga Besar-Pelajar Islam Indonesia Sumatera Utara. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 220-228.
- Edi, S., & Amini, N. R. (2020). Pembinaan Jamaah Dengan Metode Tadabbur Al-Quran Di Perhimpunan Keluarga Besar-Pelajar Islam Indonesia Sumatera Utara. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 220-228.
- Harfiani, R., Mavianti, M., & Tanjung, E. F. (2020, January). Practical Application Of Inclusive Education Programs In Raudhatul Athfal. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 333-339).
- Hasanah, U., & Sihotang, M. K. (2020). Pemanfaatan Tabungan Haji Dan Umrah Bank Muamalat Oleh Pt. Sabrina Al-Fikri Dalam Menjaring Nasabah Di Kota Medan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1).
- Hasanah, U., & Sihotang, M. K. (2020). Pemanfaatan Tabungan Haji Dan Umrah Bank Muamalat Oleh Pt. Sabrina Al-Fikri Dalam Menjaring Nasabah Di Kota Medan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1).
- Hayati, I. (2017). Implementasi Model Pembelajaran Two Stay Two Stray (Tsts) Untuk Meningkatkan Aspek Kognitif Dan Aspek Afektif Mahasiswa Pada Mata Kuliah Akuntansi Keuangan Semester Iii Kelas A Pagi Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Ut. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 52-72.
- Hayati, I., Anisya, N. N., & Amsari, S. (2021, November). Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Daur Ulang Limbah Masyarakat. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, Pp. 1077-1082).
- Hayati, I., Anisya, N. N., & Amsari, S. (2021, November). Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Daur Ulang Limbah Masyarakat. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, Pp. 1077-1082).
- Hayati, I., Saragih, D. H., & Siregar, S. S. (2020, January). The Effect Of Current Ratio, Debt To Equity Ratio And Roa On Stock Prices In Sharia Based Manufacturing Companies In Indonesia Stock Exchange. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 276-290).
- Juliandi, A, Dewi, I dan Muhyarsyah. (2007). *Studi Perilaku Konsumen Perbankan Syariah*. Medan: UMSU Press.
- Juliandi, A, dkk. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, Medan: UMSU Press.
- Kartajaya, H. (2007). *Boosting Loyalty Marketing Performance, Menggunakan Teknik Penjualan, Customer Relationship Management dan Servis untuk Mendongkrak Laba*. Jakarta: Mijan Pustaka, Cetakan pertama.
- Khaira, M., Hasanah, U., & Hayati, I. (2020). Peran Bank Sampah Dalam Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga Di Desa Sait Buttu Kec. Pematang Sidamanik. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 187-195.
- Khaira, M., Hasanah, U., & Hayati, I. (2020). Peran Bank Sampah Dalam Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga Di Desa Sait Buttu Kec. Pematang Sidamanik. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 187-195.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga, Edisi Kelima. Jilid I, Terjemahan Ellen Gunawan.
- Miles, B. (1992). Mathew dan Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Naimi, N., & Amini, N. R. (2021, February). Strengthening Muhammadiyah Ideology Through Webiner'aisyiyah, North Sumatra, Faces Covid 19 New Normal. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 700-706).

- Nasution, R. (2018). Sinergi Dan Optimalisasi Green Banking Perbankan Syariah Dalam Mewujudkan Sustainable Finance. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 18(1), 34-52.
- Nasution, R. (2018). Sinergi Dan Optimalisasi Green Banking Perbankan Syariah Dalam Mewujudkan Sustainable Finance. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 18(1), 34-52.
- Nasution, R. (2020). Optimalisasi Skema Bagi Hasil Sebagai Solusi Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil Bank Syariah Di Indonesia. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 1(1).
- Nasution, R. (2020). Optimalisasi Skema Bagi Hasil Sebagai Solusi Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil Bank Syariah Di Indonesia. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 1(1).
- Nasution, S., & Mujiatun, S. (2020, February). Influences Of Collective Action And Communication On Welfare Of Muhammadiyah Members (A Case Study Of Muhammadiyah Charity Institutions' Leaders In Medan). In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 446-452).
- Nasution, S., Silalahi, P. R., & Hafiz, M. (2021, February). The Visual Investor: How Are Novice Investors Transacting Sharia Stock. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 324-336).
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurzannah, N. (2021, February). Paradigm Of Associative Thinking Through A Scientific Approach In The 2013 Curriculum Concept. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 864-868).
- Nurzannah, N., & Harfiani, R. (2019). Pkm Pengembangan Kurikulum 2013 Paud Bagi Guru-Guru Lptk-Bkprmi Kota Medan. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Nurzannah, N., & Sitepu, J. M. (2020, February). Analysis Of Text Books Of Early Islamic Education In Primary Schools (Published By Erlangga And Yudhistira). In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 598-608).
- Oesman, Y.M. (2010) *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*. Bandung: Alfabeta.
- Pinem, R. (2019). Hak-Hak Perempuan terhadap Harta Dalam Suku Karo (Memaknai Simbol Dalam Rangka Perubahan Hukum Di Masyarakat). *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(1), 16-27.
- Pinem, R. K. B. (2019). Metode Pembelajaran Al-Islam Dan Kemuhammadiyah Di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 11(2), 373-395.
- Pinem, R. K. B., Mavianti, M., & Harfiani, R. (2019, October). Upaya Peningkatan Kualitas Mubalighat Melalui Pelatihan Public Speaking & Styles Dakwah Pada Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Sumatera Utara. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, Pp. 187-193).
- Pohan, S. (2016). Ilmu Pendidikan Islam.
- Pohan, S. (2016). Ilmu Pendidikan Islam.
- Pohan, S. (2017). Peranan Penggunaan Agunan Di Bank Islam Hubungannya Dengan Sistem Operasional Perbankan Syariah Di Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 120-146.
- Pohan, S. (2017). Peranan Penggunaan Agunan Di Bank Islam Hubungannya Dengan Sistem Operasional Perbankan Syariah Di Medan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 8(2), 120-146.
- Pohan, S. (2018). Pelatihan Fardhu Kifayah Dan Pelatihan Khatib Jumat Pada Warga Muhammadiyah Cabang Medan Denai Di Kota Medan. *Jurnal Prodikmas Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Pohan, S. (2018). Pelatihan Fardhu Kifayah Dan Pelatihan Khatib Jumat Pada Warga Muhammadiyah Cabang Medan Denai Di Kota Medan. *Jurnal Prodikmas Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Pohan, S., & Simanjuntak, A. (2014). Ibadah Secara Sunnah.
- Pohan, S., & Simanjuntak, A. (2014). Ibadah Secara Sunnah.
- Pohan, S., & Sirait, F. Y. (2020, February). Analysis Management Of Mosque Taqwa Contribution In Assisting Revenue Jamaah To Members Muhammadiyah In Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 740-745).

- Pohan, S., & Sirait, F. Y. (2020, February). Analysis Management Of Mosque Taqwa Contribution In Assisting Revenue Jamaah To Members Muhammadiyah In Medan. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 740-745).
- Pradesyah, R. (2017). Analisis Pengaruh Non Performing Loan, Dana Pihak Ketiga, Terhadap Pembiayaan Akad Mudharabah Di Bank Syariah. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(1), 93-111.
- Pradesyah, R. (2017). Analisis Pengaruh Non Performing Loan, Dana Pihak Ketiga, Terhadap Pembiayaan Akad Mudharabah Di Bank Syariah. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(1), 93-111.
- Pradesyah, R. (2018). Analisis Perkembangan Akad-Akad Di Bank Syariah. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1).
- Pradesyah, R. (2018). Analisis Perkembangan Akad-Akad Di Bank Syariah. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1).
- Pradesyah, R., & Putri, S. (2021, January). Trend Of Sharia Banking Financial Performance In The Pandemic Time Covid 19. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 36-46).
- Pradesyah, R., & Putri, S. (2021, January). Trend Of Sharia Banking Financial Performance In The Pandemic Time Covid 19. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 36-46).
- Rahmayati, R. (2017). Model Pembiayaan Infrastruktur Melalui Perusahaan Dana Pensiun Dengan Instrumen Sukuk Yang Diterbitkan Oleh Perusahaan Bumn. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(2), 132-146.
- Rahmayati, R. (2017). Model Pembiayaan Infrastruktur Melalui Perusahaan Dana Pensiun Dengan Instrumen Sukuk Yang Diterbitkan Oleh Perusahaan Bumn. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(2), 132-146.
- Rahmayati, R. (2019). Pembiayaan Sindikasi Sebagai Peningkatan Portofolio Pembiayaan Perbankan Syariah. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 7(1), 1-16.
- Rahmayati, R. (2019). Pembiayaan Sindikasi Sebagai Peningkatan Portofolio Pembiayaan Perbankan Syariah. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 7(1), 1-16.
- Rahmayati, R. (2020). Strategi Peningkatan Portofolio Pembiayaan Melalui Syndicated Financing Di Bank Syariah Kota Medan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Rahmayati, R. (2020). Strategi Peningkatan Portofolio Pembiayaan Melalui Syndicated Financing Di Bank Syariah Kota Medan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Sihotang, M. K. (2018). Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Pendapatan Terhadap Permintaan Perumahan Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 1-7.
- Sihotang, M. K. (2018). Pengaruh Fasilitas, Lokasi Dan Pendapatan Terhadap Permintaan Perumahan Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 1-7.
- Sihotang, M. K., & Hasanah, H. (2021, February). Islamic Banking Strategy In Facing The New Normal Era During The Covid 19. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 479-485).
- Sihotang, M. K., & Hasanah, H. (2021, February). Islamic Banking Strategy In Facing The New Normal Era During The Covid 19. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 2, No. 1, Pp. 479-485).
- Sihotang, M. K., & Umayya, E. (2021). Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 33-42.
- Sihotang, M. K., & Umayya, E. (2021). Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 33-42.
- Sitompul, D. N., & Hayati, I. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Direct Instruction Berbasis Games Terhadap Minatbelajar Mahasiswa Pada Mata Kuliah Akuntansi Pasiva Program Studi Pendidikan Akuntansi Fkip Umsu Ta 2017/2018. *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 2(3), 243-253.
- Sugiono, (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tanjung, E. F. (2018, July). Improving The Quality Of Religious Islamic Education Learning Through Collaborative Learning Approach In Smp Al-Muslimin Pandan District Tapanuli Tengah. In Proceedings Of The 5th International Conference On Community Development (Amca 2018) (Vol. 231, Pp. 205-7).

- Tanjung, E. F., & Harfiani, R. (2020, February). The Role Of Islamic Religious Education In Overcoming The Negative Influence Of Technology On Students Smk Muhammadiyah. In Proceeding International Seminar Of Islamic Studies (Vol. 1, No. 1, Pp. 532-542).
- Tjiptono,F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta :ANDI Yogyakarta. 2014
- Utami, C.W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern* Jakarta: Salemba Empat. 2010