

# Analisis Customer Relationship Management System (CRP) Pada Kepuasan Pelanggan (Studi Di Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora)

*by* Tri Lestari Hadiati

---

**Submission date:** 16-Jul-2024 01:46PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2417659649

**File name:** PSGJ\_Vol\_5\_no\_2\_Juli\_2024\_hal\_349-361.pdf (1.1M)

**Word count:** 3993

**Character count:** 24490



## Analisis *Customer Relationship Management System* (CRP) Pada Kepuasan Pelanggan (Studi Di Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora)

Tri Lestari Hadiati<sup>1</sup>, Umi Nur Faizatilmuna<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Universitas 7 Agustus 945 Semarang, Indonesia

Korespondensi penulis : [liestariyadi@gmail.com](mailto:liestariyadi@gmail.com) , [uminurfaizatilmuna@gmail.com](mailto:uminurfaizatilmuna@gmail.com)

**Abstract.** *One of the customers at BTPN Syariah Bank Jepon Branch Blora Regency reported his complaint to the Community Officer (CO) there is one officer who is less friendly serving customers, another officer the service is long so that customers have not been satisfied. This is complained by customers related to the quality of service and employee competence provided greatly affects customer satisfaction. In this descriptive qualitative research intends to explain this social phenomenon in detail. Researchers attempt to develop concepts while collecting facts in the field. Secondary Informants are BTPN Syariah customers and Key Informants are some employees and supervisors in BTPN Syariah Jepon Branch, Blora Regency. The 30 customers were obtained from questionnaires that were processed using cumulative score and percentage (%). Looking at Fornell's Theory and Kotler's Theory and some data analysis, it can be concluded that customer relationship management (CRP) on customer satisfaction at BTPN Syariah Bank Jepon Branch, Blora Regency can be said to be quite good. It is proven that customer satisfaction by calculating the cumulative score is calculated as 72%. In addition, most of the secondary informants, namely as much as 50%, said that Bank employees have done their job in accordance with existing SOPs, employees have good quality in serving, employees also have the ability to attract other customers, explanations from employees to customers are also easy to understand and understand, therefore customers believe in bank products. This shows that with the help of employees and existing customers, they can recommend potential new customers. Therefore, BTPN Syariah employees need to maintain better customer relationship management (CRM).*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Customer Relationship Management, Service Quality*

**Abstrak.** Salah satu nasabah Di Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora melaporkan keluhannya kepada petugas *Community Officer (CO)* ada salah satu petugas yang kurang ramah melayani nasabah, petugas lain pelayanannya lama sehingga nasabah belum merasa puas. Hal ini dikeluhkan nasabah terkait kualitas pelayanan dan kompetensi pegawai yang diberikan sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam penelitian deskriptif kualitatif ini bermaksud menjelaskan fenomena sosial ini secara detail. Peneliti berupaya mengembangkan konsep sambil mengumpulkan fakta-fakta di lapangan. *Secondary Informants* adalah nasabah Bank BTPN Syariah dan *Key Informants* beberapa pegawai dan atasan yang ada di Cabang Bank BTPN Syariah Jepon Kabupaten Blora. Nasabah sebanyak 30 orang didapat dari kuesioner yang diolah menggunakan *cumulative score* dan prosentase (%). Mencermati Teori Fornell maupun Teori Kotler <sup>13</sup> n beberapa analisa data ditarik kesimpulan bahwa pengelolaan hubungan pelanggan/ nasabah (CRP) pada **kepuasan nasabah di Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora** dapat dikatakan cukup baik. Terbukti kepuasan nasabah dengan menghitung skor kumulatifnya terhitung sebanyak <sup>15</sup> %. Selain itu sebagian besar *secondary informants* yaitu sebanyak 50 % mengatakan bahwa pegawai Bank sudah melakukan tugasnya sesuai dengan SOP yang ada, para pegawai memiliki kualitas/ mutu yang baik dalam melayani, pegawai juga memiliki kemampuan untuk menarik pelanggan lain, penjelasan dari pegawai kepada nasabah juga mudah dipahami dan dimengerti maka dari itu nasabah percaya dengan produk bank. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya bantuan dari pegawai dan nasabah lama, dapat merekomendasikan calon nasabah baru. Oleh karena itu pegawai Bank BTPN Syariah perlu mempertahankan lebih baik lagi dalam mengelola hubungan dengan nasabah (CRM).

**Kata Kunci :** Kepuasan Nasabah, Pengelolaan Hubungan Dengan Nasabah, Kualitas Layanan

Received: Mei 31, 2024; Revised: Juni 28, 2024; Accepted: Juli 13, 2024; Published: Juli 16, 2024;

\* Syafika Kamila, [fikasafikakamila@gmail.com](mailto:fikasafikakamila@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Pelayanan sektor jasa sangat aneka-ragam, salah satu diantaranya adalah jasa yang bergerak di bidang keuangan khususnya pembiayaan kredit komoditas yang dikenal dengan jasa &leasing . Pada sisi lain perkembangan dunia keuangan diiringi dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan di bidang pelayanan jasa keuangan, dimana pelanggan/nasabah menginginkan rasa nyaman dan kepuasan dalam memperoleh pelayanan jasa keuangan.

Salah satu masalah umum yang dihadapi oleh lembaga keuangan adalah pelayanan nasabah karena kurang bagusnya pelayanan, sehingga nasabah masih menyampaikan beberapa keluhan. Hal ini akan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kontinuitas dan efisien lembaga dalam berbagai aspeknya sehingga memerlukan suatu solusi. Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani nasabah. Setiap produk jasa yang ditawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan, pelayanan yang diberikan dapat berbentuk langsung dan tidak langsung.

Salah satu nasabah Di Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora melaporkan keluhannya kepada petugas *Community Officer (CO)* ada salah satu petugas yang kurang ramah melayani nasabah, petugas lain pelayanannya lama sehingga nasabah belum merasa puas. Hal ini dikeluhkan nasabah terkait kualitas pelayanan dan kompetensi pegawai yang diberikan sangat mempengaruhi terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Berdasarkan kondisi diatas, peneliti tertarik untuk meneliti terkait dengan judul: “Analisis *Customer Relationship Management System (CRP)* pada Kepuasan Nasabah (Studi di Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora)”

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian deskriptif kualitatif ini bermaksud membantu menjelaskan fenomena sosial ini secara detail. Peneliti berupaya mengembangkan konsep sambil mengumpulkan fakta-fakta di lapangan. *Secondary Informants* adalah nasabah Bank BTPN Syariah dan *Key Informants* beberapa pegawai dan atasan yang ada di Cabang Bank BTPN Syariah Jepon Kabupaten Blora. Nasabah sebanyak 30 orang didapat dari angket/kuesioner yang diolah menggunakan prosentage (%), sebanyak 30 kuisoner telah diisikan oleh *Secondary Informant* dan semuanya kembali dan tidak ada yang rusak.

### 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Karakteristik Informan

Berdasarkan tabel dibawah ini *key informants* yaitu para pegawai yang sudah bekerja di Bank BTPN Syariah sudah lebih dari tahun hingga 8 tahun pada saat penelitian ini dilakukan (2023). *Key informants* 2 orang berpendidikan Sarjana S dan sebagian lainnya SLTA, sehingga kompetensi pegawai dan pengembangan SDM, yang di terapkan harus ditekankan lagi agar kualitas pelayanan kepada nasabah lebih baik. *Key Informants* smuanya masih muda & berusia produktif antara 2 tahun-32 tahun.

**Tabel 3.1**

**Data Pegawai Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora**

No.	Nama	Lama Menjadi Pegawai	Pendidikan	Umur
1	Wiga Janurisma	3 Tahun	Sarjana (S)	27 Tahun
2.	Siti Khomariyah	2 Tahun	Sarjana (S)	26 Tahun
3.	Dwi Hariyanto	3 Tahun	SLTA	32 Tahun
4.	Ririn Puji	Tahun	SLTA	21 ahun
5	Siti Nur Fitriyana	8 Tahun	SLTA	27 Tahun

Sumber : Data Pegawai Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora.

Selain itu, sebanyak 30 orang lainnya sebagai *Secondary Informant* dapat dilihat melalui table 2 sebagai berikut ini.

**Tabel 3.2**

**Data Nasabah Bank BTPN Syariah**

No	Nama	Lama Menjadi Nasabah	Pendidikan	Umur
1.	Sumiyatun	7 Tahun	SLTA	47 Tahun
2.	Yanti Tri Wulandari	Tahun	SLTA	48 Tahun
3.	Saruwi	6 Tahun	SLTA	50 Tahun
4.	Suharti	7 Tahun	SLTA	49 Tahun
5.	Samini	7 Tahun	SD Sederajat	45 Tahun
6.	Suparti	2 Tahun	SLTA	45 Tahun
7.	Gemi Astuti	7 Tahun	SLTA	55 Tahun
8.	Indah Purwati	7 Tahun	SLTA	35 Tahun
9.	Yessi Ratna Sari	7 Tahun	SLTA	32 Tahun
0.	Sa'anah	7 Tahun	SLTA	4 Tahun
.	Karti	3 Tahun	SD Sederajat	27 Tahun
2.	Sukat	6 Tahun	SLTA	42 Tahun
3.	Darsini	5 Tahun	SMP	43 Tahun
4.	Wasri	6 Tahun	SD Sederajat	4 Tahun
5.	Karti	6 Tahun	SD Sederajat	48 Tahun
6.	Sulasih	5 Tahun	SLTA	26 Tahun
7.	Rati	5 Tahun	SLTA	53 Tahun
8.	Semi	5 Tahun	SD Sederajat	55 Tahun
9.	Jumiatun	7 Tahun	SMP	39 Tahun
20.	Sugati	5 Tahun	SD Sederajat	54 Tahun
2.	Wiwik Wiharmin	7 Tahun	SMP	32 Tahun
22.	Sumiatun	5 Tahun	SD Sederajat	32 Tahun
23.	Dwi Nur Setiyawati	7 Tahun	Sarjana (S)	4 Tahun
24.	Putri Mutikasari	7 Tahun	SMP	32 Tahun
25.	Harti	7 Tahun	SMP	43 Tahun
26.	Sunarti	7 Tahun	SD Sederajat	50 Tahun
27.	Sumami	7 Tahun	SMP	45 Tahun
28.	Diduk Etmiana	6 Tahun	SMP	39 Tahun
29.	Linda	5 Tahun	SMP	29 Tahun
30.	Suparti	5 Tahun	SD Sederajat	37 Tahun

Sumber : Siti Nur Fitriyana Bussines Manager Bank BTPN Syariah Cabang Jepon  
Kabupaten Blora, Wawancara tanggal 19 Januari 2024

Berdasarkan data yang telah diobservasi sebagaimana tabel diatas, rata-rata nasabah sudah bergabung di Bank BTPN Syariah selama 7 Tahun dan sebagian besar berpendidikan SLTA ( orang), kemudian SMP (9 orang), SD Sederajat (9 orang) & orang Sarjana S . Para nasabah masih berusia produktif antara 26 tahun-55 tahun.

#### 1. Teori Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Theory*)

Kepuasan pelanggan menurut Kotler & Fornell adalah evaluasi purna beli keseluruhan dengan membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra- pembelian (barang/ jasa). Sementara itu kepuasan pelanggan menurut Kotler adalah tingkat perasaan seseorang (pelanggan) setelah membandingkan dengan kinerja yang ia rasakan, dibandingkan dengan harapannya.

Fornell maupun Kotler menekankan pada kualitas pelayanan yang dapat membentuk dan menghasilkan kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full costumer satisfaction*). Suatu produk dikatakan berkualitas jika dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan ini dapat dicapai apabila pegawai yang memberi pelayanan berpedoman pada visi, misi pelayanan suatu lembaga. Selanjutnya ada 4 elemen pemberi kepuasan yaitu a. Elemen produk, b. Elemen pelayanan, c. Elemen penjualan dan purna jual dan d. Elemen lokasi dan waktu.

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain. Nasabah dibagi dalam tiga kelompok yaitu:

- Nasabah baru artinya nasabah jenis baru pertama kali datang ke perusahaan perbankan dengan tujuan sekedar untuk memperoleh informasi atau sudah melakukan transaksi.
- Nasabah biasa (sekunder), artinya nasabah sudah pernah berhubungan dengan pihak bank, namun tidak rutin jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi, namun frekuensi transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering.
- Nasabah utama (primer), artinya nasabah yang sudah sering berhubungan dengan pihak bank. Nasabah primer selalu menjadikan bank yang bersangkutan nomor satu dalam berhubungan, nasabah ini sudah tidak dapat diragukan lagiloyalitasnya.

8  
Kepuasan dalam perbankan syariah sangat perlu diperhatikan ini akan berdampak pada pengembangan serta pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia. Sebagai ukuran lain dari peningkatan mutu perbankan syariah kepuasan nasabah adalah perasaan pelanggan saat menerima dan setelah merasakan pelayanan bank (Damayanti, 2018).

11  
Kepuasan berasal dari bahasa latin “*Satis*” yang berarti cukup baik, memadai dan “*Facio*” yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

4  
Menurut Tjiptono dimensi kepuasan terdiri dari:

- Kesesuaian harapan merupakan kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
- Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kebalikan atau melakukan pembelian ulang terhadap produk yang diharapkan.
- Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

9  
Adapun cara untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

- Sistem keluhan dan saran  
Industri yang berwawasan pelanggan akan menyediakan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan dan keluhannya.
- Survei kepuasan pelanggan  
Industri ini tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai iuran kepuasan pelanggan
- 5  
• *Ghost shopping* ( Pelanggan bayangan )  
Pelanggan bayangan adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi pelanggan dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri maupun industri saingannya.
- Analisa pelanggan yang beralih  
Industri dapat menghubungi pelanggan yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produk kurang dapat diandalkan dan seterusnya sehingga dapat diketahui tingkat kehilangan pelanggan.

Berdasarkan beberapa teori diatas yang dimaksud kepuasan nasabah adalah dimana perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka <sup>6</sup>. Nasabah yang menggunakan jasa bank baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi pihak lain. Kepuasan nasabah juga dapat dilihat dimana perasaan pelanggan saat menerima dan setelah merasakan pelayanan bank.

## 2. Hasil Penelitian Kepuasan Nasabah

Regulasi kompetensi pegawai di Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Blora dan integritas pegawainya <sup>2</sup> adalah faktor kunci dalam membangun reputasi dan kepercayaan nasabah dan pemangku kepentingan BTPN Syariah, agar tercapai tujuan pelayanan prima untuk memuaskan nasabah. Hasil penelitiannya seperti berikut ini.

- Hubungan dengan Nasabah

BTPN Syariah berkomitmen memberikan layanan prima kepada nasabah, sebagaimana dikatakan *Key Informant* bahwa:

<sup>2</sup> *“BTPN Syariah berkomitmen tinggi untuk memberikan layanan prima kepada nasabah tanpa dipengaruhi oleh berbagai hal apapun, seperti jumlah simpanan atau pembiayaan nasabah, suku, bangsa, agama, warna kulit, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan dan usia. Dalam memberikan layanan kepada nasabah karyawan BTPN Syariah harus senantiasa berperilaku jujur, sopan dan disiplin.*

Selanjutnya *Key Informant* menyampaikan bahwa:

*Informasi yang terkini kepada nasabah tentang produk dan layanan. Penyampaian produk dan layanan perbankan dilakukan dengan memenuhi prinsip-prinsip perlindungan nasabah yaitu : Transparansi, Perilaku yang adil, Keandalan, Kerahasiaan dan keamanan data/informasi nasabah, & Penanganan pengaduan/ penyelesaian sengketa secara sederhana, cepat dan tepat.*

- Implementasi Regulasi

*Key Informant 2* menyampaikan tentang implementasi peraturan terbaru bahwa:

*“ Ada 4 hal penting terkait peraturan yang berlaku, yaitu:*

- *Karyawan wajib melayani nasabah secara profesional dan menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan nasabah.*

- *Karyawan wajib menginformasikan kepada nasabah setiap perubahan manfaat, biaya, resiko, syarat dan ketentuan yang tercantum dalam dokumen dan perjanjian mengenai produk dan layanan.*
- *Karyawan dilarang menggunakan strategi pemasaran produk dan layanan yang merugikan nasabah dengan memanfaatkan kondisi nasabah yang tidak memiliki pilihan lain dalam mengambil keputusan.*
- *Karyawan wajib menyampaikan informasi mengenai produk dan layanan yang akurat, jujur, jelas dan tidak menyesatkan yang wajib disampaikan pada saat memberikan penjelasan kepada nasabah mengenai hak dan kewajibannya. Hal ini disampaikan pada saat membuat perjanjian dengan nasabah”.*

- **Akad yang digunakan**

Bank BTPN Syariah ini menggunakan *akad wakalah wal murabahah*, sebagaimana disampaikan *Key Informant 3* bahwa:

*“Wakalah ini menggunakan akad perwakilan dan murabahah adalah akad jual beli barang. Jadi wakalah wal murabahah adalah akad jual beli dimana bank memberi kuasa atau diberi kuasa pada nasabah dalam berbagai kegiatan yang terkait dengan kontrak ini. Wakalah wal murabahah artinya transaksi dengan akad wakalah dan murabahah”.*

- **Manfaat Produk**

Setiap produk yang ditawarkan oleh Bank BTPN Syariah ini memiliki manfaat masing-masing, demikian penjelasan *Key Informant 4* bahwa:

*Setiap produk yang ditawarkan oleh dunia perbankan memiliki manfaat masing-masing Begitu pula pada produk pembiayaan tepat syariah memiliki manfaat tersendiri seperti Pembiayaan, Tabungan & Asuransi*

- **Tujuan Produk**

*Key Informant 5* menjelaskan bahwa:

<sup>6</sup> *Tujuan pembiayaan produk ini adalah untuk modal usaha, baik usaha baru maupun penambahan usaha yang sudah berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Dilarang memberikan pembiayaan diluar prinsip syariah seperti untuk usaha jual daging*



babi, menjual kupon judi, minuman keras atau digunakan untuk membayar pinjaman ditempat lain.

- Syarat Menjadi Nasabah

Key Informant 5 juga menjelaskan tentang syarat menjadi nasabah produk Tepat Pembiayaan Syariah di Bank BTPN Syariah sebagai berikut:

- “Perorangan atau kelompok, Warga Negara Indonesia (WNI) dan berkedudukan di Indonesia.
- Perempuan dari keluarga pra / cukup sejahtera yang sudah memiliki usaha atau yang ingin memiliki usaha.
- Usia minimal 8 tahun bagi perempuan yang sudah/pernah menikah dan minimal 2 tahun bagi yang belum menikah, dengan usia maksimal pada saat 60 tahun untuk nasabah baru.
- Penduduk setempat yang bertempat tinggal tetap di wilayah/kampung tersebut (tidak kontrak/kos).
- Jika dalam satu rumah terdapat beberapa keluarga atau beberapa calon nasabah, maka yang diprioritaskan menjadi nasabah hanya salah satu diantaranya”.

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kenyataannya tidak sesuai dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu/ tidak memuaskan. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan bisa dikatakan bermutu/ memuaskan.

Begitu juga kata Key Informant bahwa:

Dengan tambahnya nasabah pada Bank BTPN Syariah Kecamatan Jepon Kabupaten Blora, seharusnya nasabah baru juga akan merasakan puas atas layanan yang mereka terima jika pelayanan tersebut sesuai atau bahkan melebihi dari pelayanan yang mereka harapkan.

Sementara menurut Key Informant 2 dimensi kepuasan nasabah didefinisikan sebagai respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah katanya sebagai berikut:

1. "Nilai pelanggan antara lain, seperti Menerima atas keluhan pelanggan, Tanggap atas keluhan pelanggan, Memiliki banyak jenis pelayanan & Memberikan informasi dengan baik terhadap sesuatu yang dibutuhkan".
  2. "Respon pelanggan antara lain, seperti Membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk-produk yang ada, Membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaannya dengan produk yang dimiliki perusahaan & Menawarkan gagasan jasa atau produk kepada perusahaan".
  3. "Persepsi pelanggan antara lain, seperti Pelanggan merasa puas dengan proses dan pelayanan yang diberikan, Pelanggan merasa aman dan nyaman selama berurusan dengan perusahaan & Memberikan saran untuk keluhan pelanggan baik melalui kotak saran ataupun secara langsung".
3. Analisis *Customer Relationship Management System* (CRP) Pada Kepuasan Nasabah
- Sistem pengelolaan hubungan pelanggan, yaitu mengelola hubungan antara perusahaan dengan nasabah memberi hasil cukup baik (Silaswara, 202; Sinambela, 206). Para *Secondary Informants* sepakat bahwa Sistem pengelolaan hubungan pelanggan atau *Customer Relationship Management System* (CRP) cukup memuaskan (72%). Hal tersebut dilakukan dengan cara menyediakan berbagai informasi, guna mengkoordinasikan seluruh proses bisnis di Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora. Proses bisnis tersebut terutama yang berhubungan dengan nasabah di bidang penjualan, nasabah di pemasaran & pelayanan nasabah CRP dilakukan untuk mengoptimalkan pendapatan, kepuasan nasabah, serta mempertahankan nasabah.

Berdasarkan data-data yang diperoleh di lapangan mengenai tingkat <sup>13</sup>kepuasan nasabah di Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora dapat diolah dengan perhitungan *cumulative score* sebagai berikut :

Diketahui :

S = Skor yang didapat

P= Jumlah Item Kuesioner

Q= Jumlah Supporting Informan

5= Nilai skor tertinggi

$$Y = \frac{S}{P \times Q \times 5} \times 100\%$$

$$Y = \frac{80}{5 \times 30 \times 5} \times 100\%$$

$$Y = \frac{80}{745} \times 100\%$$

$$Y = 72\%$$

Kepuasan nasabah sebagaimana disampaikan para *Secondary Informants* terkait dengan terpenuhinya tiga indikator yaitu a. Kesesuaian harapan nasabah, b. Ketersediaan nasabah untuk merekomendasi orang lain, & c. Sering membeli produk baru, terlihat seperti tabel 3 berikut ini.

**Tabel 3.3 Rekapitulasi Kepuasan Nasabah  
Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora**

No	Pernyataan	Kategori					Keterangan
		SS	S	CS	KS	TS	
	Pelayanan yang diberikan oleh pegawai Bank BTPN Syariah sudah sesuai dengan yang diharapkan nasabah.	7	5	5	4	0	50 % nasabah setuju
	Persentase	23%	50%	7%	3%	0	
2	Nasabah sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai karena sudah sesuai dengan yang diinginkan	0	7	7	6	0	33 % nasabah sangat setuju
	Persentase	33%	23%	23%	20%	0	
3	Pegawai selalu merekomendasikan program yang ada di Bank BTPN Syariah.	5	0	5	0	0	50 % nasabah sangat setuju
	Persentase	50%	33%	7%	0	0	
4	Nasabah memberikan rekomendasi kepada calon nasabah baru agar bisa bergabung di Bank BTPN Syariah	8	0	5	5	2	33 % nasabah setuju
	Persentase	27%	33%	7%	7%	7%	
5	Bank BTPN Syariah memiliki produk masa depan yang diberikan kepada nasabah pra-sejahtera.	5	5	0	0	0	50 % nasabah sangat setuju & 50 % nasabah lainnya setuju
	Persentase	50%	50%	0	0	0	
6	Produk yang diberikan kepada calon nasabah sangat tepat dan terpercaya.	0	5	5	0	0	50 % nasabah setuju
	Persentase	33%	50%	7	0	0	

Sumber: Data yang diolah

Dari data pada tabel di atas point dapat di ketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh pegawai Bank BTPN sudah sesuai dengan yang diharapkan nasabah. Terbukti ada 5 informan (50%) menjawab setuju, hal tersebut menunjukkan bahwa pegawai Bank sudah melakukan tugasnya sesuai dengan SOP yang ada.

Dari data pada tabel di atas point 2 dapat di ketahui bahwa nasabah sangat puas dengan pelayanan dari Bank BTPN. Terbukti 0 informan (33%) menjawab sangat setuju, hal tersebut menunjukkan bahwa pegawainya sudah menerapkan dengan baik SOP dan memiliki kualitas/mutu yang baik dalam melayani.

Dari data pada tabel di atas point 3 dapat di ketahui bahwa pegawai sering merekomendasikan orang lain menjadi nasabah. Terbukti di setujui oleh 0 informan (33%) yang menunjukkan dimana pegawai juga memiliki kemampuan untuk menarik pelanggan lain.

Dari data pada tabel di atas point 4 dapat di ketahui bahwa nasabah sering merekomendasikan program yang terlaksana di Bank. Terbukti dengan adanya 5 informan (50%) menjawab sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa penjelasan dari pegawai kepada nasabah yang mudah dipahami dan dimengerti maka dari itu nasabah akan percaya dengan hasil pengetahuannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya bantuan dari nasabah lama, dapat merekomendasikan calon nasabah baru.

Dari data pada tabel di atas point 5 dapat di ketahui bahwa pemberian produk kepada nasabah menjadi salah satu langkah untuk memajukan UMKM. Terbukti dengan 5 informan (50%) menjawab sangat setuju dan 5 informan lainnya 50% setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai perlu mempertahankan lagi lebih baik dalam mengelola hubungan dengan nasabah/CRM (Moenir, 2006). Kepuasan nasabah tidak lepas dari pemberian produk yang menarik, yang memiliki tujuan untuk menambah nasabah baru.

Dari data pada tabel di atas point 6 dapat di ketahui bahwa produk yang diberikan kepada nasabah sangat tepat dan terpercaya. Terbukti dengan 5 informan (50%) setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa pegawai memahami cara-cara memasarkan produk perbankan telah memiliki kualitas yang baik.

#### 4. KESIMPULAN

Melihat Teori Fornell dan Teori Kotler yang menekankan pada kualitas pelayanan, yang dapat membentuk dan menghasilkan kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Disini suatu produk dikatakan berkualitas jika dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan ini dapat dicapai apabila pegawai yang memberi pelayanan berpedoman sepenuhnya pada visi, misi dan SOP pelayanan suatu lembaga

keuangan, serta memiliki kemampuan dan ketrampilan pengelolaan hubungan dengan nasabah (*Customer Relationship Management System /CRP*).

Mencermati Teori Fornell maupun Teori Kotler dan beberapa analisa skor kumulatif dan analisa data-data persentase diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengelolaan hubungan pelanggan/ nasabah (CRP) pada <sup>13</sup>kepuasan nasabah di Bank BTPN Syariah Cabang Jepun <sup>14</sup>Kabupaten Blora dapat dikatakan cukup baik. Terbukti kepuasan nasabah dengan menghitung skor kumulatifnya sebanyak 72 %. Selain itu sebagian besar *secondary informants* yaitu sebanyak 50 % mengatakan bahwa pegawai Bank <sup>15</sup>sudah melakukan tugasnya sesuai dengan SOP yang ada, para pegawai memiliki kualitas/ mutu yang baik dalam melayani, pegawai juga memiliki kemampuan untuk menarik pelanggan lain, penjelasan dari pegawai kepada nasabah juga mudah dipahami dan dimengerti maka dari itu nasabah percaya dengan produk bank. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya bantuan dari pegawai dan nasabah lama, dapat merekomendasikan calon nasabah baru, pegawai perlu mempertahankan lagi lebih baik dalam mengelola hubungan dengan nasabah (CRM).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2022). *Model Pelayanan Perbankan*. Sumatra Selatan: Ld Media.
- Lexy, J. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. ). Doi 0854-3542
- Moenir. (2006). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Hadiati, T. L., Saputra, J. D., Novitasari, A., & Fajarwati, I. (202). Aplikasi (Si D'nok), peran pemerintah dan tingkat kepuasan masyarakat. *Public Service and Governance Journal*, 2(02), 50. doi:0.56444/psgj.v2i02.2277
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, A. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Irawan, N. (2009). *Strategi Pemasaran dengan Analisis SWOT di Perusahaan*. Jakarta: Langit Aksara.
- <sup>14</sup>Damayanti, R. H. (2008). Pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan (Studi kasus karyawan non medis RS Islam Siti Khadijah Palembang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan*, 75-86.
- <sup>1</sup>Mulyono, H. D., & Hadiati, T. L. (2022). Pembelajaran daring dan pengaruhnya pada kinerja guru madrasah ibtidaiyah (Studi kasus di Madrasah Ibtidaiyah Kecamatan Penawangan Kabupaten Grobogan). *Public Service and Governance Journal*, 3(0), 37-44.

Hadiati, T. L., & Siswanto, A. (2023). Model kebijakan politik pemerintah lokal dalam penetapan APBD (Studi pada lembaga legislatif Kabupaten Grobogan). *Mimbar Administrasi*, 20(), 24-252. doi:0.56444/mia.v20i.677

Silaswara, R. P. D. (202). *Manajemen Sumber Daya*. Bandung: CV Pustaka Kreasi Mandiri.

Sinambela. (206). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hadiati, T. L., & Riyadi. (2023). <sup>1</sup> Analisis organisasi & pengembangan kapasitas kelembagaan pada sektor wisata. *Public Service and Governance Journal*, 4(2), 259-274. doi:0.56444/psgj.v4i2.09

# Analisis Customer Relationship Management System (CRP) Pada Kepuasan Pelanggan (Studi Di Bank BTPN Syariah Cabang Jepon Kabupaten Blora)

## ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://jurnal2.untagsmg.ac.id">jurnal2.untagsmg.ac.id</a> Internet Source	3%
2	<a href="http://www.btpnsyariah.com">www.btpnsyariah.com</a> Internet Source	3%
3	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://thohamuhammad.blogspot.com">thohamuhammad.blogspot.com</a> Internet Source	2%
6	<a href="http://jurnal.islahiyah.ac.id">jurnal.islahiyah.ac.id</a> Internet Source	1%
7	Submitted to Bellevue Public School Student Paper	1%
8	<a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	1%

9	Yuni Wulandari, Denny Hernawan, Irma Purnamasari. "SISTEM PENGELOLAAN PENGADUAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PDAM TIRTA KAHURIPAN KABUPATEN BOGOR", JURNAL GOVERNANSI, 2017 Publication	1 %
10	id.123dok.com Internet Source	1 %
11	repository.iainpare.ac.id Internet Source	1 %
12	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
13	e-campus.iainbukittinggi.ac.id Internet Source	1 %
14	eprints.ums.ac.id Internet Source	1 %
15	imamnuraini.blogspot.com Internet Source	1 %

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 1%

Exclude bibliography  On