

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil penelitian, BSI KCP Sudirman telah berhasil menerapkan hubungan pemasaran (*Marketing Relationship*), Melalui empat pendekatan utama yang saling melengkapi, BSI KCP Sudirman berhasil membangun hubungan yang baik dengan nasabah. Pertama, *financial bonds* diwujudkan melalui program Abatana, Maxi Gift, dan sistem bagi hasil yang transparan. Kedua, *social bonds* dibangun melalui pelayanan yang ramah, responsif, dan didukung fasilitas yang nyaman. Ketiga, *customization bonds* diwujudkan melalui fleksibilitas setoran serta komunikasi proaktif melalui WhatsApp sesuai kebutuhan nasabah. Keempat, *structural bonds* diterapkan melalui integrasi dengan SISKOHAT Kementerian Agama, penerapan prinsip syariah, dan layanan digital yang memudahkan transaksi.

2. Kendala yang muncul umumnya bersifat teknis, seperti nasabah yang belum paham akad syariah, kesulitan mengisi formulir bagi lansia, serta keterlambatan sistem validasi. Namun, BSI mengatasinya dengan solusi yang praktis. Pegawai memberikan penjelasan dengan bahasa sederhana, mendampingi secara langsung, serta berkomitmen menyelesaikan masalah teknis maksimal tiga

hari kerja. Sehingga mereka tetap tenang dan konsisten melanjutkan tabungan hajinya.

B. SARAN

1. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia KCP Sudirman, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas *marketing relationship*, khususnya dalam hal edukasi kepada nasabah mengenai akad dan produk perbankan syariah, serta memperkuat komunikasi yang berkelanjutan agar hubungan dengan nasabah semakin baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain atau menggunakan metode penelitian yang berbeda, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih luas dan mendalam terkait *marketing relationship* pada perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *Manajemen Risiko Pembiayaan Pada Lembaga Keuangan Syariah*, Cetakan 1, (Depok: Rajawali Pers, 2021), h. 257-258
- Abdul Nasser and Nofinawati, *Pemahaman Masyarakat Kota Padang Sidempuan Tentang Produk Perbankan Syariah*, Edisi 1 (Tulungagung: Akademia Pustaka, 2021), h. 14
- Acham Tarmidzi A, and Ismail, "Analisis Strategi Relationship Marketing Pada BMT NU Pragaan Kabupaten Sumenep", *J-Esa: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.2 (2021), 96-112, h. 101-102
- Afidah Nafikaton, "Analisis Implementasi Relationship Marketing Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Simpanan Al-Amin", (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kudus), 2023)
- Ainul Fhata I, *Merger Perbankan Syariah di Indonesia*, Cetakan Pertama, (Bantul: Selat Media Patners, 2024), h. 85
- Alfaridzi, "Logo Bank Syariah Indonesia: Filosofi Dan Nilai Islam Didalamnya" <https://jadipcpm.id/logo-bank-syariah-indonesia/> (Diakses, 21 Januari 2025)
- Ali Farhan, *Pengantar Akuntansi Syariah: Konsep & Praktik*, Cetakan 1, (Sidoarjo: Globalcare, 2022), h. 125
- Amirudin, et al., "Pelatihan Dan Pendampingan Strategi Marketing Syariah Dalam Pemanfaatan Aplikasi QRIS Sebagai Metode Pembayaran Digital di Desa Buyut Kecamatan Gunungjati Kabupaten Cirebon", *Inisiatif: Jurnal Dedikasi Pengabdian Masyarakat*, 3.1 (2024)
- Ananda Mega P and Abdur Rohman, "Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan

Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya”, Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 6.1 (2023), 881-898 (h. 8)

Andi Dahmayanti, *Manajemen Pemasaran Syariah*, Cetakan 1, (Pekanbaru: Bravo Press Indonesia, 2025), h. 69

Andi Taqwim, dkk, “*Konsep Dan Implementasi Mudharabah Di Indonesia (Model, Aplikasi Dan Tantangan Dalam Lembaga Keuangan Syariah)*”, Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, 3.1 (2025) 131-136 (h. 133)

Andrew F. P. et al., *Metodologi Penelitian Ilmiah*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), h. 66

Angger Sugiarto, dkk, “*Peran Penting E-Business Dan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Pemasaran Di Bank Syariah*”, Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 9.5 (2022), 3867-3877 (h.3870)

Atika Sevtari, “*Analisis Peran Bank Syariah Dalam Pemberdayaan Umkm Melalui Pembiayaan Murabahah Di Kota Bengkulu (Studi Pada BSI Kcp Bengkulu Panorama)*” 2021), h. 67

Bank Syariah Indonesia, “*BSI Mitraguna Online*”, 1 November 2021,
<<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/parent/produk/bsi-mitraguna-online>>, (Diakses 6 Februari 2026)

Bank Syariah Indonesia, “*Investasi Layanan Investasi Sesuai Prinsip Syariah*”, <<https://www.bankbsi.co.id/Produk&layanan/Tipe/Individu>>, (Diakses, 6 Februari 2026)

Bank Syariah Indonesia, “*Individu Solusi Layanan Perbankan*”

Lengkap Untuk Pribadi", <<https://Www.Bankbsi.Co.Id/Produk&layanan/Tipe/Individu>>, (Diakses, 6 Februari 2026)

Bank Syariah Indonesia, "pembiayaan Produk Pinjaman Sesuai Prinsip Syariah", <<https://Www.Bankbsi.Co.Id/Produk&layanan/Tipe/Individu>>, (Diakses, 6 Februari 2026)

Ceta Indra Lesmana., Strategi Membangun Loyalitas Nasabah Bank Syariah, Edisi 1, (Banyumas, Ahlimedia Press, 2023, h. 22

Choirul Umam, et al., Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan 1, (Yogyakarta: Penamuda, 2024), h. 82

Darian Fahriss Ghofur and Sofiah., "Analisis Minat Nasabah Dalam Menggunakan Aplikasi Byond Untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di BSI KCP GKB Gresik", Jurnal Penelitian Nusantara, 1.3 (2025), 358-364 (h. 361)

Detri Karya, Sri Y.M, et al., Metodologi Penelitian Kualitatif, Cetakan 1, (Padang, Takaza Innovatix Labs, 2024), h. 83

Dewi M, and Eri M, Buku Ajar Perilaku Konsumen, Cetakan 1, (Yogyakarta, Deepublish, 2025), h. 40

Eni Latifah, Pengantar Bisnis Islam, Cetakan 1, (Purwodadi: Sarnu Untung, 2020), h. 107

Febry Venesia L.R., "Analisis Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara" Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, 3.3 (2021), 286-299, (h. 290)

Ferry Syarifuddin & Ali Sakti, Instrumen Moneter Islam, Edisi 1

(Depok: Pt Grafindo Persada, 2021), h. 209-210

Fifit S. Ni'Mah and Tika Pranindyastuti., “*Hubungan Antara Relationship Marketing dan Loyalitas Nasabah di Bank Kalteng Cabang Pangkalan Bun*”, Magenta,13.1 (2024), 15-22, (h. 18)

Fikry Satria, “*Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Banda Aceh*” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2023)

Hardani, Helmina A, et al., *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Cetakan 1, (Yogyakarta: Cv. Pustaka Ilmu Grup, 2020), h. 150

Hasriani, “*Implementasi Akad Mudharabah Pada Tabungan Haji Indonesia Di Bsi Kcp Pinrang*” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2024), h. 20

Hendra and Muhammad Zuhirsyan, *Perbankan Syariah Dalam Perspektif Praktis dan Legalitas*, Cetakan 1 (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), h. 142

Ihsanuddin, “*Analisis Tingkat Kesehatan Kinerja Keuangan Menggunakan RGEC PT Bank Syariah Indonesia 2021-2024*” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, 2025), h. 45

Ika Kartika, et al, “*Integrasi Nilai-Nilai Islam Dalam Kepemimpinan Pendidikan Ika*”, At-Tadris : Journal of Islamic Education, 4.2 (2025), 315-324, (h. 320)

Intan Safitri, dkk, “*Pengaruh Implementasi Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan*”: Jiagabi, 11.1 (2022), 263-270 (h. 265)

- Juni Mashita, "*Evolusi Konsep Pemasaran Relasional Dalam Manajemen Modern : Tinjauan Sistematis Literatur 2015 – 2025*": Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 2.2 (2025), 3914-3924, h. 3915
- Juwita Apritia, "*Strategi Relationship Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia KCP Madiun)*" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2024) h. 28
- Kasmiati, "*Dinamika Pembiayaan Perbankan Syariah Dalam Mengembangkan Dunia Usaha*", Labatila : Jurnal Ilmu Ekonomi Islam, 5.1 (2021) 140-151 (h. 144)
- Khoirun N.B, et al., *Perilaku Konsumen*, Cetakan 1, (Badung, Infes Media, 2025), h. 6
- La Alimusa, "*Kajian Konsep Akad dan Jenis Produk Perhimpunan Dana Bank Syariah di Indonesia*": Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, (2022), 1-11 (h. 4)
- M. Hadi, "*Manajemen Risiko Pembiayaan Pada Akad Al-Qardh (Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Kota Gajah)*" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2025), h. 22
- M. Hasnadi and Ferdinan, "*Penerapan Strategi Pemasaran Islam Pada UD Kisar Muda Di Pasar Terapung Tembilahan*", Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum, 3.6 (2025), 11570-11579, (h. 11576)
- Maromi, Achmad Unil, "*Implementasi Relationship Marketing Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Nusamba Rambipuji Jember*" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024)
- Maya Manurung, dkk. "*Inovasi Akad Ijarah Pada Perbankan Syariah di Indonesia*": Jurnal Ekonomi Islam, 3.1 (2025), 1-11 (h. 4)

Monika Purba, dkk, "*Analisis Deposito Berjangka Sebagai Salah Satu Sumber Dana Perkreditan Pada Bank Mandiri (Persero) TBK*" : Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10.21 (2024), 513-521 (h. 514)

Muawanatun Nisa, "*Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan di Kafe Sintesa Kabupaten Tabalong*" (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong, 2023) h. 20-21

Muhammad Adam, "*Pengaruh Promosi , Kepercayaan Dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan*", Journal of Comprehensive Islamic Studies, 1.1 (2022), 108-132, (h. 115)

Muhammad Hisam, "*Tinjauan Kinerja Bank Syariah Indonesia (Bsi): Perkuat Aset dan Visi Misi Yang Efektif*", Curreney : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2.1 (2023), 202-221, (h. 203)

Nia Nikmah, "*Hubungan Relationship Marketing, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty*", Competence : Journal of Management Studies, 11.2 (2017) 196-209 (h. 198-199)

Noer Tjahjawati. Sebariskata, Com, '*Sejarah Dan Evolusi Relationship Marketing*', 09 Juni, 2024 <<https://sebariskata.com/sejarah-dan-evolusi-relationship-marketing/>> Diakses, 26 September 2025

Nurul Fajriyati, "*Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Berdomisili Kecamatan Pondok Gede*" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2025), h. 16-17

Nurul Pratiwi, et al., "*Analisis Literatur Tentang Prinsip-Prinsip Entrepreneurship Dalam Q . S Quraisy: Sebuah Landasan Untuk Pengembangan Strategi Bisnis Berbasis*

Syariah”, Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam, 4.2 (2023), 108-116), (h. 110)

Nyinthyas Nurul N, et al., “*Analisis Penerapan Business Model Canvas Dalam Meningkatkan Nasabah Tabungan Haji di BSI KC Bogor Pajajaran Sukasari*”, Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah, 10.2 (2024), 191-198, (h. 195)

Omega Sari, “*Analisis Peran Marketing Dalam Meningkatkan Tabungan Haji Pada Bank Muamalat Metro*” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2024), h. 32-33

Purwanti Niki, dkk, “*Implementasi Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty Pada Pt. Bank Sumut Kcp Syariah Simpang Kayu Besar Melalui Customer Satisfaction*” : Edunomika, 7.2 (2023), 1-9

Putri Handayani, “*Peran Bank Syariah Dalam Meningkatkan Usaha Mikro di Rokan Hilir*” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2024), h. 18

Rachmadi Setiawan, “*Bagi Hasil Pada Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah Di Bank Syariah Sesuai Syariah Islam*” : Jurnal Margin, 2.2 (2022) 133-143(h. 136)

Rahayu Japar, dkk “*Implementasi Akad Salam Dan Istishna*” Di Perbankan Syariah”: Jurnal Teknologi Pendidikan Madrasah, 7.1 (2024), 123-141 (h. 129)

Rahmawati, C., dkk., “*Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Kantor Cabang Palembang)*” Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1(7), 1073-1088, (h.1074-1075)

Rahmi Meutia, dkk, “*Pengaruh Relationship Marketing*

Terhadap Customer Loyalty Dalam Penggunaan Kartu Telkomsel", Jurnal Manajemen Dan Inovasi, 9.2, (2018)10-22 (h.22)

Rama Riyaldi, dkk, "*Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang)*" : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah, 2.2 (2022), 377-394 (h. 382)

Restu Nugroho, "*Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Bumiayu*" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020) h. 11

Rianjulia Sutra, "*Analisis Gaya Kepemimpinan Transformasional Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Dalam Persepektif Islam (Studi Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Bengkulu Panorama)*" (Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2021), h. 67

Rio Simarmata, dkk., "*Implementasi Akad Pelengkap/Fee Based Income Pada Perbankan Syariah di Indonesia*" : Economics And Business Management Journal, 3.1 (2024) 231-245 (h. 233)

Sahnas U and Wahdiniwaty R., "*The Effect of Relationship Marketing Implementation on Customer Loyalty*" : International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities, 2021, 1-7

Satudata.kemenag.go.id, '*perkembangan-kuota-jemaah-haji-menurut-provinsi*', 22 Agustus 2022.
Satudata.kemenag.go.id, '*perkembangan-kuota-jemaah-haji-menurut-provinsi*', 22 Agustus 2022.
<<https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/perkembangan-kuota-jemaa>, 27 November 2025)

Sri Wahyuni Ningsih, *“Implementasi Marketing Berbasis Syariah Terhadap Produk Tabungan Mudharabah”*, Jebi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 5.1 (2025), 101-112, (h. 106)

St.Rahmayani., *"Analisis Rahn Terhadap Penarikan Barang Jaminan Akibat Keterlambatan Nasabah Membayar Angsuran (Bank Syariah Indonesia KCP Baru)"* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2024), h. 11

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif)*, Edisi 2, (Bandung: Alfabeta, 2022), h. 114

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Edisi 2 (Bandung: Alfabeta, 2020), h. 329

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D, Dan Penelitian Pendidikan*, Edisi 3, (Bandung: Alfabeta, Cv, 2021), h. 14

Suprihatin Lestari dan Bahrul Ulum., *“Menabung Di Bank Konvensional dan di Bank Syariah Dalam Pandangan Ekonomi Islam”*, Al-Mizan : Jurnal Ekonomi Syariah, 6.1 (2023) 65-82 (h. 70)

Sutikno, *Strategi Dan Teknik Penelitian (Kuantitatif dan Kualitatif)*, Cetakan 1 (Bogor: Guepedia, 2022), h. 57

Syahma Rose F, et al., *“Pengaruh Relational Bonds Terhadap Niat Beli Berkelanjutan Yang Dimediasi Oleh Trust Pada Live Streaming Tiktokshop”*:Mankeu, Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 14.1 (2025), 195-207 (h. 197)

Syarif Hidyatullah, et al., *“Analisis Klausul Perjanjian Tabungan Haji Antara Nasabah Dan Bank Kalbar Cabang Syariah Pontianak Perspektif Fatwa Mui”*, Journal of Shariah Economic Law, 3.1 (2023), 391-396, (h. 394-395)

Taufiq, Muhammad., *“Implikasi Relationship Marketing Terhadap Tingkat Loyalitas Debitur Kredit Komersial”*, Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah, 2.2 (2018), 1-19 (h.10)

Tika Nirmala S., *“Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Kantor Bank Syariah Mandiri Cabang Medan)”*, Accumulated Journal, 4.2 (2022), 133-146, (h. 138)

Tina Linda, dkk., *“Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Melalui Manajemen Produksi”*, Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Teknologi, 2.2 (2022), 52-59 (h. 55)

Wawancara Dengan Ibu Anna Selaku Teller BSI KCP Sudirman

Wawancara Dengan Ibu Lia Selaku Nasabah BSI KCP Sudirman

Wawancara Dengan Ibu Resi Selaku Nasabah BSI KCP Sudirman

Wawancara Dengan Ibu Suraini Selaku Nasabah BSI KCP Sudirman

Wawancara Dengan Ibu Vinca Selaku Customer Service BSI KCP Sudirman

Wawancara Dengan Ibu Vinca Selaku Customer Service Di BSI KCP Sudirman Kota Bengkulu, Tanggal 26 Januari 2026

Wawancara Dengan Pak Adi Selaku Nasabah BSI KCP Sudirman

Wawancara Dengan Pak Irwan Selaku Nasabah BSI KCP Sudirman

Wawancara Dengan Pak Rio Selaku Nasabah BSI KCP Sudirman

Wawancara Dengan Saudari Arum Selaku Nasabah BSI KCP
Sudirman

Wawancara Dengan Saudari Hesti Selaku Nasabah BSI KCP
Sudirman

Wawancara Dengan Saudari Nadia Selaku Nasabah BSI KCP
Sudirman

Yoesoep E. R, et al., *Integrasi Metode Kuantitatif dan Kualitatif Panduan Praktis Penelitian Campuran*, Cetakan 1, (Yogyakarta: Green Pustaka Indonesia, 2024), h. 130

Zainal Arifin, et Al., *Marketing Syariah Strategi Pemasaran Yang Etis Dan Religius*, Cetakan 1, (Serang: Sada Kurnia Pustaka, 2025), h. 2

Zakiyatun N, and Abdul Aziz N.P, “*Dapatkah Religiusitas Memoderasi Promosi , Karakteristik Syariah Marketing Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah ?*”, *Journal of Management and Digital Business*, 2.1 (2022), 48-60, (h. 4)

Zulki Zulkifli N, *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*, Cetakan 1, (Yogyakarta, Deepublish, 2021), h. 85