# BAB 1
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini semakin menantang menuntut perusahaan/lembaga keuangan untuk lebih memahami kebutuhan setiap pelanggan. Perusahaan juga harus tanggap terhadap keinginan dan kepentingan setiap pelanggan, dari merubah pola pikir dari mulai semua berorientasi pada keuntungan semata tanpa berfokus dan memikirkan ke arah potensial. Dalam perusahaan sangat penting terjalinnya hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan meningkatkan kepuasaan pelanggan poin utama yang diperhatikan dalam setiap perusahaan (Mahmudah, 2018, p. 1).

Sehubungan dengan semakin ketatnya suatu perusahaan dalam dunia bisnis, perusahaan dituntut untuk menciptakan inovasi dan produk baru yang inovatif dalam upaya menjaga hubungan jangka dan memberikan kepuasaan kepada pelanggan. Perusahaan yang fokus pada pelayanan pelanggan akan mendapatkan hasil yang optimal dalam bisnis dan perusahaannya. Pentingnya memberikan pelayanan terhadap pelanggan dengan baik, karena pelayanan yang kurang baik akan berdampak pada citra perusahaan, pelanggan yang tidak puas maka berpindah kepada perusahaan lain (Mahmudah, 2018, p. 1).

Lembaga keuangan merupakan salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan kemajuan suatu negara. Pembangunan negara Indonesia ditujukan untuk kemakmuran rakyat, dan salah satu kegiatan usahanyaadalah menggerakan ekonomi rakyat dalam bentuk koperasi. Sementara negara lembaga keuangan dimata sebagian ulama identik dengan riba. Perbedaan yang paling mencolok antara lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan Islam adalah pembentukkan sistem bagi hasil.

Bimbingan dan nasehat bagi umat Islam yang beriman dan bertaqwa yaitu Al-Qur’an kalam Allah mengandung nilai-nilai Islam, seperti hubungan dengan kehidupan sehari-hari baik yang berkaitan dunia perbankan, maupun kehidupan

nantinya kelak diakhirat. Seperti firman Allah dalam Q.S Ali-Imron ayat 130 (tafsirq, 2022).

أُولَـٰئِكَ عَلَىٰ هُدًى مِنْ رَبِّهِمْ ۖ وَأُولَـٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُون

*ulā'ika'ala hudam mir rabbihim waulãika humul-muflihŭn(a)*

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. Peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang yang kafir.".

Lembaga keuangan syariah yang tidak jauh dari prinsip operasinya berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah. Dan dalam dunia bisnis harus menghindari adanya unsur *riba*, *gharar* dan *maisir*. Yang dimana hal-hal tersebut sudah diterangkan dalam Al-Qur'an dan Hadist. Dalam setiap bidang muamalah pasti adanya penjanjian antara perusahaan dan pelanggan seperti halnya pelayanan, perusahaan yang berhasil memberikan kualitas pelayanan yang baik maka telah tercapailah hubungan jangka panjang tersebut jika pelanggan puas maka akan menumbuhkan kepercayanan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam Al-Qur'an Allah telah berfiman bahwasanya setiap umatNya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Q.S An-Nahl :91 (tafsirq, 2022).

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُون

*" wa aufŭ bi'ahdillahi iźã'ãhattum wa lã tanqudul- aimana ba'da taukîdihã wa qad ja'altumullãha 'alaikum kafilãla(n) innallãha ya'lamu mã taf'alŭn(a)"*

Artinya : Dan tepatilah janji Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah, setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu) sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

Loyalitas dan kepercayaan dapat dibangun melalui hubungan jangka panjang seperti berkomunikasi yang baik, merespon pelanggan dengan baik dan sopan, perusahaan dengan karyawan, perusahaan dengan investor serta perusahaan dengan masyarakat sekitar, dengan adanya komunikasi yang baik

maka terwujudlah visi dan misi perusahaan. Karena komunikasi antar pelanggan dalam dunia bisnis saat terpenting untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan seorang pelanggan dari produk maupun pelayanan jasa, dengan terjalinnya hubungan komunikasi yang baik antara pelanggan dan perusahaan akan memberikan banyak manfaat bagi kedua belah pihak. Bagi perusahaan komunikasi yang baik dengan pelanggan akan meningkatkan suatu loyalitas, maka bagi pelanggan komunikasi yang baik akan menciptakan kepuasaan pelayanan.

*Customer Relationship Management (CRM)* adalah aktivitas yang membantu bisnis secara efektif mengelola interaksi dengan pelanggan agar mereka tetap kompetitif dalam perekonomian saat ini. Manajemen hubungan pelanggan telah menjadi peran kunci bagi perusahaan dengan serangkaian program, strategi dan sistem yang memperhitungkan latar belakang perusahaan untuk membangun hubungan yang langgeng dengan setiap pelanggan, dianggap sangat berharga bagi perusahaan Customer Relationship Management (CRM) dapat membantu meningkatkan keuntungan perusahaan dan lembaga keuangan seperti Baitul Maal Wal Tamwil yang terdaftar dan diawasi oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) Republik Indonesia.

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Bina Insan Mandiri (BIM) Cabang Palang merupakan salah satu lembaga keuangan unit koperasi, yang bergerak di bidang simpanan, investasi, pembiayaan, penyaluran dana sosial dan sistem bagi hasil sesuai syariah. KSPPS BMT Bina Insani Mandiri (BIM) di dirikan 29 Juli 2021 yang masih terbilang lembaga keuangan baru dan BMT Bina Insani Mandiri ini sudah bersertifikat atas hak milik sendiri, lembaga keuangan yang menawarkan prinsip syariah dengan sistem bagi hasil sebagai strategi unggulan dalam mendapatkan pelanggan dan mempunyai pelanggan yang lumayan banyak. KSPPS BMT BIM (Bina Insani Mandiri) Cabang Palang harus selalu melakukan orientasi kepada keinginan pelanggan, kebutuhan pelanggan, informasi yang jelas dan kualitas pelayanan yang baik diberikan oleh pihak KSPPS BMT BIM (Bina Insani Mandiri ) Cabang Palang.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan di atas, maka atas dasar inilah penelitian ini terkait bagaimana **penerapan *Customer Relationship Management* untuk meningkatkan loyalitas pelayanan pada KSPPS BMT**

**Bina Insani Mandiri Cabang Palang dalam perspektif Islam.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Suatu hubungan dengan pelanggan dapat tercapai jika pelayanan yang diberikan dapat memuaskan kebutuhan sehingga pelanggan merasa puas. Pelanggan yang merasa kuran terlayani akan memilih atau meninggalkan perusahaan. Dengan masalah tersebut maka akan dilakukan penelitian yang menjadi gambaran dari masalah yang akan diteliti. Rumusan masalah dalam rencana penelitian ini adalah :

Bagaimana Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada KSPPS BMT Bina Insan Mandiri (BIM) Cabang Palang dalam perspektif Islam?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk meningkatkan loyalitas pada KSPPS BMT Bina Insan Mandiri (BIM) Cabang Palang dalam perspektif Islam.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang akan dilakukan yakni sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

   Sebagai sarana menguji kemampuan penulis dalam menyebarkan ilmu yang diperoleh sesuai dengan kaian ekonomi Islam, dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan dapat menjadi refensi bagi penulis

b. Bagi Perusahaan

   Sebagai masukan atau pertimbangan dalam merumuskan kebiakan peusahaan untuk meningkatkan komunikasi pemasaran terpadu, sehingga bisa sejumlah besar pelanggan yang puas dapat dipertahankan dan kualitas pelayanan yang baik dapat ditingkatkan bagi pelanggan

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian lebih lanjut mengenai berbagai upaya peningkatan loyalitas dan kepuasaan pelanggan.

## 1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan pada "Implementasi (*Costumer Relationship Management*) CRM untuk meningkatkan loyalitas pada pelanggan dalam perspektif Islam dengan menghubungkan 3 indikator strategis CRM (proses, orang & teknologi ) dalam 4 sifat wajib Nabi Muhammad pada KSPPS BMT Bina Insani Mandiri (CRM) Cabang Palang.