IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM PADA KSPPS BMT BINA INSANI

Nama Mahasiswa : Ainia Firza Fajri
NIM : 1031810003
Dosen Pembimbing : Dr. Bambang Tutuko, S.E., M.M., CFP®

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis semakin ketat yang mengharuskan perusahaan untuk lebih memperhatikan kebutuhan yang diinginkan oleh setiap pelanggan. Perusahaan dituntut untuk menciptakan inovasi dan produk baru yang inovatif dalam upaya menjaga hubungan jangka panjang dan memberikan kepuasaan kepada pelanggan. Tujuan penelitian ini guna untuk mengetahui penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada KSPPS BMT Bina Insani Mandiri (BIM) Cabang Palang. *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan proses atau kegiatan mengumpulkan data pelanggan, membangun dan mempertahankan pelanggan dan identifikasi data pelanggan, mengembangkan program CRM untuk diimplementasikan. Implementasi CRM secara syariah dengan menggunakan 4 sifat wajib Nabi Muhammad saat berbisnis yakni *siddiq*(benar/ jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tablig* (menyampaikan) dan *fatonah* (cerdas) dan dengan implementasi 3 aspek yakni proses,teknologi dan orang.
Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, yang dimana mengambarkan secara sistematis tentang fokus penelitian yakni implementasi CRM untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pada KSPPS BMT BIM Cabang Palang dalam perspektif Islam. Teknik pengumpulan data menggunakan 3 metode pengumpulan data yakni observasi, wawancara dan metode dokumentasi. Aktivitas dalam analisis data selama dilapangan menggunakan reduksi data, verifikasi data dan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) syariah pada KSPPS BMT BIM Cabang Palang sudah sesuai dengan keutamaan CRM (*people, process, dan teknology*) yang dihubungkan dengan 4 pemasaran syariah yakni 4 sifat Nabi Muhammad (*Siddiq, Tabliqh, Fatonah, dan Amanah*).

Kata kunci : BMT Bina Insani Mandiri, *Customer Management Relationship* (CRM), Implementasi, Perspektif Islam, Loyalitas pelanggan,.