

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP*  
MANAGEMENT (CRM) PADA BPRS AMANAH SEJAHTERA  
CERME, KABUPATEN GRESIK DALAM PERSPEKTIF  
ISLAM**

Nama : Muhammad Iqbal Shomad  
NIM : 1031910010  
Dosen Pembimbing : Elsi Mersilia Hanesti,S.EI ,M.SEI

**ABSTRAK**

Dalam era persaingan dunia, loyalitas pelanggan adalah kunci sukses bagi setiap perusahaan. Dalam membentuk loyalitas pelanggan, umumnya diperlukan rasa puas dalam diri pelanggan saat melakukan transaksi dengan perusahaan. Ketika pelanggan merasa puas, BPRS Amanah Sejahtera Cerme, Kabupaten Gresik akan mengalami peningkatan pelanggan, yang artinya BPRS Amanah Sejahtera Cerme, Kabupaten Gresik juga akan mengalami peningkatan laba. Pelanggan yang merasa puas akan memiliki hubungan yang baik dengan perusahaan pada jangka panjang. Membentuk hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan yang biasanya kita sebut dengan manajemen hubungan pelanggan atau CRM. manajemen hubungan pelanggan atau CRM terdapat 3 aspek yang terdiri dari manusia, proses, dan teknologi. manajemen hubungan pelanggan atau CRM dalam perspektif Islam ditinjau melalui sifat Rasulullah yang terdiri dari *fathanah*, *amanah*, *shidiq*, dan *tabligh*. tujuan penelitian ini mengkaji implementasi CRM pada BPRS Amanah Sejahtera dalam perspektif Islam. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif jenisnya fenomenologi dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk teknik analisis data menggunakan reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian CRM yang terdiri dari 3 aspek yaitu manusia, proses, dan teknologi pada BPRS Amana Sejahtera Cerme, Kabupaten Gresik kemudian ditinjau melalui sifat Rasulullah yang terdiri dari *shiddiq*, *amanah*, *fathonah*, dan *tabligh* telah diterapkan dan sesuai dengan perspektif Islam.

**Kata kunci :** *Customer relationship management*, sifat Rasulullah

**IMPLEMENTATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM) AT BPRS AMANAH SEJAHTERA  
CERME, GRESIK REGENCY FROM AN ISLAMIC  
PERSPECTIVE**

Name : Muhammad Iqbal Shomad  
Student Identity Number : 1031910010  
Supervisor : Elsi Mersilia Hanesti,S.EI ,M.SEI

**ABSTRACT**

*In this era of world competition, customer loyalty is the key to success for every company. In forming customer loyalty, it is generally necessary to feel satisfied in customers when making transactions with the company. When customers are satisfied, BPRS Amanah Sejahtera Cerme, Kabupaten Gresik will experience an increase in customers, which means the BPRS Amanah Sejahtera Cerme, Kabupaten Gresik will also experience an increase in profits. Satisfied customers will have a good relationship with the company in the long term. Forming long-term relationships between customers and companies is what we usually call Customer relationship management or CRM. Customer relationship management or CRM has 3 aspects consisting of people, processes and technology. Customer relationship management or CRM in an Islamic perspective is reviewed through the characteristics of the Prophet, which consists of fathanah, amanah, shidiq, and tabligh. The aim of this research is to examine the implementation of CRM at BPRS Amanah Sejahtera from an Islamic perspective. The research method uses qualitative research with data collection techniques using interviews, observation and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data display and drawing conclusions. The results of CRM research which consists of 3 aspects, people, processes and technology at BPRS Amana Sejahtera Cerme, Gresik Regency, are then reviewed through the characteristics of Rasulullah which consists of shiddiq, amanah, fathonah and tabligh which have been implemented and are in accordance with the Islamic perspective.*

**Keywords :** *Customer relationship management, character of the Prophet*