

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan usaha yang semakin ketat dewasa ini memandang perlu bagi perusahaan untuk selalu berfokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Perusahaan harus mulai mengubah pola pikir dan orientasi keuntungan ke arah faktor-faktor potensial yang lainnya seperti mendahulukan kepentingan atau kebutuhan pelanggan dan tingkat kepuasan pada setiap pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan.

Dalam era persaingan dunia, loyalitas pelanggan adalah kunci sukses bagi setiap perusahaan. Sulit bagi perusahaan untuk bertahan dalam persaingan tanpa memiliki pelanggan yang loyal. Dalam membentuk loyalitas pelanggan, umumnya diperlukan rasa puas dalam diri pelanggan saat melakukan transaksi dengan perusahaan. Perusahaan tentunya harus mempunyai strategi bauran pemasaran dan manajemen hubungan pelanggan yang tepat dalam upaya menciptakan kepuasan yang berdampak kepada loyalitas pelanggan (Fadly and Wantoro, 2019).

Kemampuan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan merupakan sebuah fungsi yang tidak ada asalnya dari produk atau pelayanan sendiri, namun berkaitan dengan bagaimana anggota perusahaan tersebut dalam melayani pelanggan dan menjaga reputasi yang diciptakan oleh perusahaan. Baik didalam maupun diluar perusahaan, maka dibutuhkannya CRM untuk menjaga reputasi dan kenyamanan pelanggan untuk terus setia kepada perusahaan.

Sehubungan dengan semakin ketatnya persaingan usaha, perusahaan dituntut untuk menciptakan produk-produk kreatif yang bertujuan menarik dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, perusahaan akan mengalami peningkatan pelanggan, yang artinya perusahaan 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 *Customer relationship management* (CRM) (Nikmah, 2017).

Manajemen hubungan pelanggan atau *Customer relationship management* (CRM) adalah suatu jenis manajemen yang secara khusus membahas teori mengenai penanganan hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya, yang bertujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata para pelanggannya. CRM mencakup semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini (Ahmadi and Hermawan, 2013).

Dari pembahasan diatas kita diperintahkan Allah SWT untuk saling menjaga hubungan baik (*arham*). Baik itu dengan laki-laki maupun perempuan sebagaimana firman-Nya dalam Al-Quran (Soenarjo, 1971) surat An Nisa ayat 1 berikut ini.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا

Arab-Latin: *Yā ayyuhan-nāsuttaqu rabbakumullazī khalaqakum min nafsiw wāhidatiw wa khalaqa min-hā zaujahā wa baṣṣa min-humā rijālang kaṣīraw wa nisā`ā, wattaqullāhallaṣā tasā`alūna bihī wal-ar-ḥām, innallāha kāna 'alaikum raqībā*

Artinya: Hai sekalian manusia, bertakwalah kepada Tuhan-mu yang telah menciptakan kamu dari seorang diri, dan dari padanya Allah menciptakan isterinya; dan dari pada keduanya Allah memperkembang biakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan silaturrahim. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap manusia yang beriman harus menjaga hubungan silaturrahim dengan hukum yang telah ditentukan. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh umat manusia dalam hal menjaga hubungan baik dengan sesamanya termasuk pada bisnispun perlu menjaga hubungan baik dengan sesama manusia karena itu merupakan perintah Allah SWT.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam aktivitas pembayaran. Kegiatan BPRS jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum karena BPRS dilarang menerima simpanan giro, kegiatan valas, dan perasuransian. Kemudian Bank Pembiayaan

Rakyat Syariah (BPRS) adalah lembaga keuangan Bank yang dibawah oleh dewan kebijakan moneter, yang melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip Islam atau syariah, tanpa menghalalkan adanya riba atau suku bunga yang berorientasi pada masyarakat desa ataupun kecamatan (Ojk.go.id, 2023)

Tabel 1. 1 Jumlah Bank di Indonesia Tahun 2019-2021

Kelompok Bank dan Kantor	Jumlah Bank dan Kantor Bank (Unit)					
	Bank			Kantor Bank		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Bank Umum Konvensional - Bank Persero	4	4	4	17 622	17 307	18 166
Bank Umum Konvensional - Bank Pembangunan Daerah	24	25	25	4 212	4 226	5 122
Bank Umum Konvensional - Bank Swasta Nasional	60	58	58	7 352	7 144	7 193
Bank Umum Konvensional - Kantor Cabang Bank Asing	8	8	8	36	36	27
Bank Umum Syariah - Bank Pembangunan Daerah	2	2	2	184	195	190
Bank Umum Syariah - Bank Swasta Nasional	12	12	10	1 721	1 825	1 833
Jumlah Bank Umum	110	109	107	31 127	30 733	32 531
Bank Perkreditan/Pembiayaan Rakyat - BPR Konvensional	1 545	1 506	1 468	5 943	5 913	5 871
Bank Perkreditan/Pembiayaan Rakyat - BPR Syariah	164	163	164	619	627	659
Jumlah Bank Perkreditan/Pembiayaan Rakyat	1 709	1 669	1 632	6 562	6 540	6 530

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan

Sumber : BPS Statistik, 2021

Data tersebut menunjukkan bahwa BPRS mengalami pertumbuhan dari tahun 2019 yaitu jumlah kantor 619 meningkat menjadi 627 kantor di tahun 2020 dan di tahun 2021 bertumbuh lagi 659 kantor menunjukkan bahwa BPRS mampu bersaing dengan bank umum. BPRS masih menjadi pilihan masyarakat bisa dilihat mengenai manajemen hubungan pelanggan yang diterapkan sehingga masyarakat masih setia menggunakan BPRS.

Salah satu BPRS yang ada di Gresik, yaitu BPRS Amanah Sejahtera. Bank Syari'ah Amanah Sejahtera adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah yang menjalankan usahanya dengan prinsip syari'ah Islam dalam menghimpun dana berupa deposito berjangka dan tabungan maupun menyediakan pembiayaan bagi pengusaha kecil dan menengah. Selain berorientasi bisnis Bank Syariah Amanah Sejahtera menyertakan misi sosial dalam menjalankan usahanya dengan menyediakan pelayanan pembiayaan Al Qardhul Hasan (Kebajikan), memberikan beasiswa yang dananya bersumber dari Zakat Infaq dan Shadaqah, penyelenggaraan penyembelihan hewan Qurban pada hari raya Idul Adha,

penyediaan dana beasiswa bagi pelajar yang kurang mampu dan berprestasi serta kegiatan lain yang mengandung misi sosial dan keagamaan (Amanahsejahtera.com, 2023).

Tabel 1.2 data jumlah nasabah BPRS Amanah sejahtera Cabang Cerme tahun 2020-2022

Tahun	Noa
2020	6792
2021	6868
2022	6946

Sumber : Dokumen BPRS Amanah Sejahtera, 2023

Berdasarkan data pada tabel di atas, menunjukkan bahwa pengguna atau nasabah BPRS Amanah sejahtera Cabang Cerme terus mengalami pertumbuhan dari tahun ketahun. Pertumbuhan nasabah bisa diduga dengan pengelolaan hubungan dengan pelanggan yang dijalankan oleh BPRS Amanah sejahtera Cabang Cerme membuat nasabah loyal dan terus menggunakan produk BPRS Amanah sejahtera Cabang Cerme. Pengelolaan hubungan dengan nasabah perlu disesuaikan dengan perspektif Islam dikarenakan BPRS Amanah Sejahtera Cerme bergerak di bidang lembaga keuangan syariah.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti antara perusahaan dengan pelanggan, perusahaan telah membangun hubungan baik dengan pelanggan salah satu upayanya yaitu dengan memberikan pelayanan yang memuaskan. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah diterimanya, maka kemungkinan yang akan terjadi pelanggan akan kembali lagi dan bahkan akan menjadi pelanggan setia. Pelanggan yang loyal atau setia akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan salah satunya yaitu pelanggan tersebut tidak mudah beralih ke perusahaan lain.

Dari hal-hal yang telah dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwasannya dalam suatu usaha, untuk mempertahankan pelanggan yang harus dimiliki dan diterapkan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan Customer Relationship Manajement (CRM), yang dengan itu dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan terhadap perusahaan. Dari situ peneliti tertarik untuk meneliti

Implementasi *Customer relationship management* (CRM) pada BPRS Amanah Sejahtera Cerme, Kabupaten Gresik dalam Perspektif Islam.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut: bagaimana implementasi *Customer relationship management* (CRM) pada BPRS Amanah Sejahtera Cerme, Kabupaten Gresik dalam perspektif Islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan Implementasi *Customer relationship management* (CRM) Pada BPRS Amanah Sejahtera Cerme, Kabupaten Gresik dalam perspektif Islam.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian diatas penelitian ini memiliki beberapa manfaat yaitu :

1. Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media untuk refrensi serta acuan untuk menunjang peneliti selanjutnya.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat menambah wawasan baru dan pengetahuan baru mengenai pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini sebagai informasi dan pengetahuan pentingnya implementasi Manajemen Hubungan Pelanggan.

1.5. Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih fokus dan mendapatkan hasil yang mendalam dan juga keterbatasan peneliti mengenai pengetahuan dan waktu, kiranya terdapat pembatasan masalah. Maka peneliti hanya membahas terkait: implementasi *Customer relationship management* (CRM) di aspek manusia, proses dan teknologi pada BPRS Amanah Sejahtera Cerme, Kabupaten Gresik dalam perspektif Islam.



(Halaman sengaja dikosongkan)