

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT* (CRM) DALAM PENINGKATAN
LOYALITAS ANGGOTA (STUDI KASUS DI BTM
PEMALANG CABANG BELIK)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

MISEL YULIANTI

NIM 4220023

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT* (CRM) DALAM PENINGKATAN
LOYALITAS ANGGOTA (STUDI KASUS DI BTM
PEMALANG CABANG BELIK)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

MISEL YULIANTI

NIM 4220023

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Misel Yulianti

NIM : 4220023

Judul Skripsi : **Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Dalam Peningkatan Loyalitas Anggota (Studi Kasus di BTM Pemalang Cabang Belik)**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 31 Oktober 2024

Yang Menyatakan,



Misel Yulianti

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 2 (Dua) ekslembar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Misel Yulianti

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah
PEKALONGAN

Assalamualikum W. W.

Setelah dilakukan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : **Misel Yulianti**
NIM : **4220023**
Judul Skripsi : **Implementasi Customer Relationship Management (CRM)
Dalam Peningkatan Loyalitas Anggota (Studi Kasus di BTM
Pemalang Cabang Belik)**

Naskah tersebut telah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualikum W. W.

Pekalongan, 21 Oktober 2024
Pembimbing

Dr. Kurt Ismanto, M.Ag.

NIP. 197912052009121001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : **Misel Yulianti**
NIM : **4220023**
Judul : **Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Dalam Peningkatan Loyalitas Anggota (Studi Kasus di BTM Pemalang Cabang Belik)**
Dosen Pembimbing : **Dr. Kuat Ismanto, M.Ag.**

Telah diujikan pada hari Senin, tanggal 11 November 2024 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Gunawan Aji, M.Si
NIP. 19690227 200712 1 001

Penguji II

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.
NIP. 19820527 201101 1 005

Pekalongan, 11 November 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah 2:286)

“Maka, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah:5)



PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini menjadi bekal dan bisa bermanfaat bagi sesama manusia.

Dengan ini saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, terima kasih Bapa Tarmo dan Ibu Sariah yang senantiasa memberikan dukungan dan semangatnya untuk penulis. Terima kasih atas doa hebat yang selalu kalian panjatkan untuk penulis. Terima kasih atas pengorbanan yang luar biasa baik itu moral dan materil. Semoga Bapa dan Ibu sehat selalu dan selalu ada dalam lindungan Allah SWT serta selalu ada dalam setiap episode kehidupan penulis, maka hiduplah lebih lama Pa,Bu.
2. Seluruh keluarga besar saya, yang selalu mendoakan dan mendukung untuk kesuksesan penulis.
3. Diri saya sendiri, Misel Yulianti terimakasih banyak sudah bertahan sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamanter UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

ABSTRAK

MISEL YULIANTI. Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Dalam Peningkatan Loyalitas Anggota (Studi Kasus di BTM Pemalang Cabang Belik).

Customer Relationship Management (CRM) bukan hanya mengenai strategi bisnis, melainkan konsep yang berfokus pada menciptakan dan mempertahankan hubungan yang berkepanjangan dan saling menguntungkan dengan pelanggan. CRM mengintegrasikan unsur orang, proses dan teknologi untuk mencapai tujuan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan keuntungan bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pengelola dalam menjalankan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam peningkatan loyalitas anggota. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) pada BTM Pemalang Cabang Belik dilakukan menggunakan beberapa dimensi yaitu: dimensi *people* yang menjalankan *Customer Relationship Management* (CRM) adalah seluruh staf BTM Pemalang Cabang Belik. Ada dimensi *process* yang terdiri dari empat tahapan yaitu: tahap identifikasi, tahap diferensiasi dimana pada tahap ini tidak sesuai dengan BTM Pemalang Cabang Belik karena BTM Pemalang Cabang Belik menerapkan prinsip semua anggota disamaratakan dan dilayani sesuai dengan kebutuhannya, tahap interaksi, dan tahap personalisasi. Dan yang terakhir ada dimensi teknologi untuk menunjang kegiatan staf BTM Pemalang Cabang Belik yaitu berupa: komputer atau internal yang dibuat oleh BTM Pusat, WhatsApp, telepon dan email.

Kata Kunci : Customer Relationship Management (CRM), loyalitas

ABSTRACT

MISEL YULIANTI. Implementation of Customer Relationship Management (CRM) in Increasing Member Loyalty (Case Study at BTM Pemasang Belik Branch).

Customer Relationship Management (CRM) is not just about business strategy, but a concept that focuses on creating and maintaining long-term and mutually beneficial relationships with customers. CRM integrates elements of people, processes and technology to achieve goals, thereby increasing loyalty and profits for the company.

This research aims to describe managers in carrying out Customer Relationship Management (CRM) to increase member loyalty. This research uses a type of field research with a qualitative research approach. Data collection techniques in this research are observation, interviews and documentation. The data analysis method used is data reduction, data presentation and drawing conclusions.

Based on the results of research conducted by the author, it shows that the implementation of Customer Relationship Management (CRM) at BTM Pemasang Belik Branch was carried out using several dimensions, namely: the dimension of the people who carry out Customer Relationship Management (CRM) are all BTM Pemasang Belik Branch staff. There is a process dimension which consists of four stages, namely: the identification stage, the differentiation stage, where this stage is not in accordance with BTM Pemasang Belik Branch because BTM Pemasang Belik Branch applies the principle that all members are equalized and served according to their needs, the interaction stage, and the personalization stage. And finally there is a technological dimension to support the activities of BTM Pemasang Belik Branch staff, namely in the form of: computers or internal ones created by BTM Center, WhatsApp, telephone and email.

Keywords: Customer Relationship Management (CRM), loyalty

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN K.H, Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Muhammad Shulthoni, Lc., M.A., Ph.D selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah
4. Bapak Kuat Ismanto, M.Ag selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang membantu dan mengarahkan penelitian ini hingga penulisan skripsi ini terselesaikan
5. Bapak Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I selaku Dosen Penasehat Akademik
6. Kedua orang tua serta keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan secara moral dan spiritual
7. Pihak BTM Pemalang Cabang Belik yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian selama proses pengerjaan penelitian ini

8. Teman seperjuangan saya, Ilma Nafiyah yang telah kebersamai dan membantu sepanjang masa perkuliahan
9. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Akhir kata, saya berharap kepada Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 31 Oktober 2024

Penulis,



Misel Yulianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Pembahasan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	9
a. Konsep Dasar <i>Customer Relationship Management</i>	9
b. Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	11
c. Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	13
d. Implementasi <i>Customer Relationship Management</i>	14
e. <i>Customer Relationship Management</i> Dalam Perspektif Islam	16
2. Loyalitas.....	18

a. Definisi Loyalitas	18
b. Konsep Loyalitas.....	19
c. Tahapan Loyalitas.....	20
B. Telaah Pustaka	21
C. Kerangka Berpikir.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Jenis Penelitian	28
B. Pendekatan Penelitian.....	28
C. Setting Penelitian	28
D. Subyek Penelitian	29
E. Data dan Sumber Data	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	30
G. Teknik Keabsahan Data	31
H. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum.....	34
1. Sejarah Berdirinya BTM Pemalang Cabang Belik	34
2. Visi Dan Misi BTM Pemalang Cabang Belik	34
3. Struktur Organisasi BTM Pemalang Cabang Belik	35
4. Produk BTM Pemalang Cabang Belik.....	38
5. Jam Kerja BTM Pemalang Cabang Belik	41
B. Hasil Penelitian.....	41
C. Pembahasan	49
BAB V PENUTUP	54
A. Simpulan	54
B. Keterbatasan Penelitian.....	54
C. Implikasi Teori dan Praktis	55
D. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	I
1. LAMPIRAN 1	I
2. LAMPIRAN 2.....	III
3. LAMPIRAN 3.....	XIV
4. LAMPIRAN 4.....	XV
5. LAMPIRAN 5.....	XVI
6. LAMPIRAN 6.....	XIX

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surak Keputusan Bersama Menteri Agama Dan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan RI no. 158/1977 dan no. 0543 b/U/1987

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I

◌ُ	Dhammah	U	U
----	---------	---	---

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
...وُ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

ذُكِرَ - zukira

يَذْهَبُ - yazhabu

سُئِلَ - su'ila

كَيْفَ - kaifa

هَؤُلَ - haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
...أَيَ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
...ؤُ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1) Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahdan dammah, transliterasinya adalah "t".

2) Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3) Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunkan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-aṭfāl

-- raudatulaṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ - talḥah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam ulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang samadenganhuruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

الْحَجِّ - al-ḥajj

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badi'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan,

karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَاءُ خُذُونَ	- ta'khuzūna
التَّوْءُ	- an-nau'
سَيِّئٌ	- syai'un
إِنَّ	- Ina
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairrā

ziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

almīzān

Wa auf al-kaila wa-

Wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

Bismillāhimajrehāwamursahā

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillāhi 'alan-nāsi hijju
al-baiti manistaṭā'a ilaihi
sabīla

Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-

baiti manistaṭā'a ilaihi
sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ Wa mā Muhammadun illā rasl

أَنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّتْ مَبْرَأًا

Inna awwala baitin wuḍi'a
linnāsil allaḏī bibakkat
amubāraḳan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramaḏān al-laḏī
unzila fih al-Qur'ānu

Syahru Ramaḏān al-laḏī
unzila fihil Qur'ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ
mubīn

Walaqadra'āhubil-ufuq al-

Walaqadra'āhubil-ufuqil-
mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ
'ālamīn

Alhamdulillāhirabbil al-

Alhamdulillāhirabbilil
'ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرُ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amrujamī'an

Lillāhil-amrujamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhabikullisyai'in 'alīm

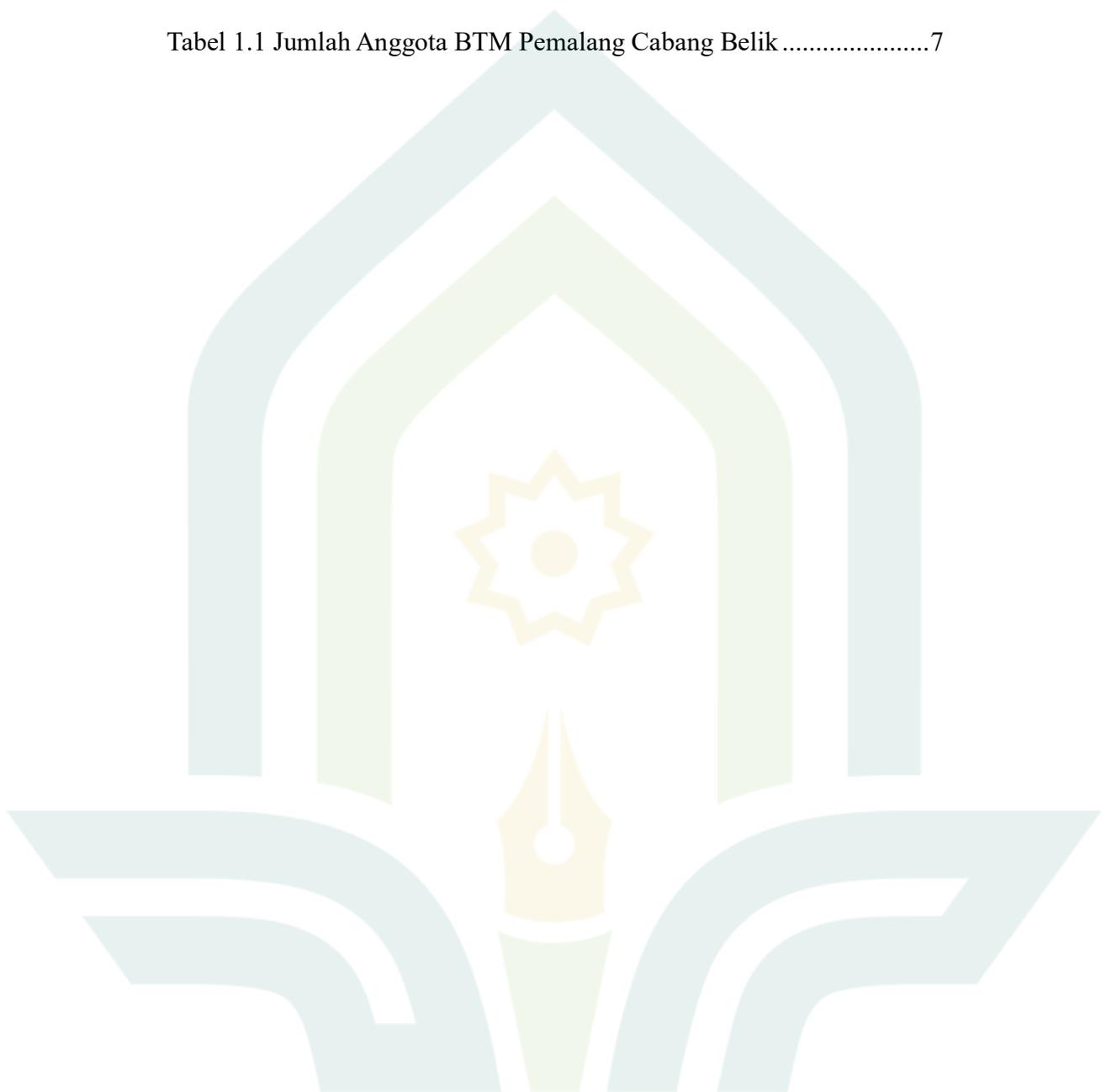
10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.



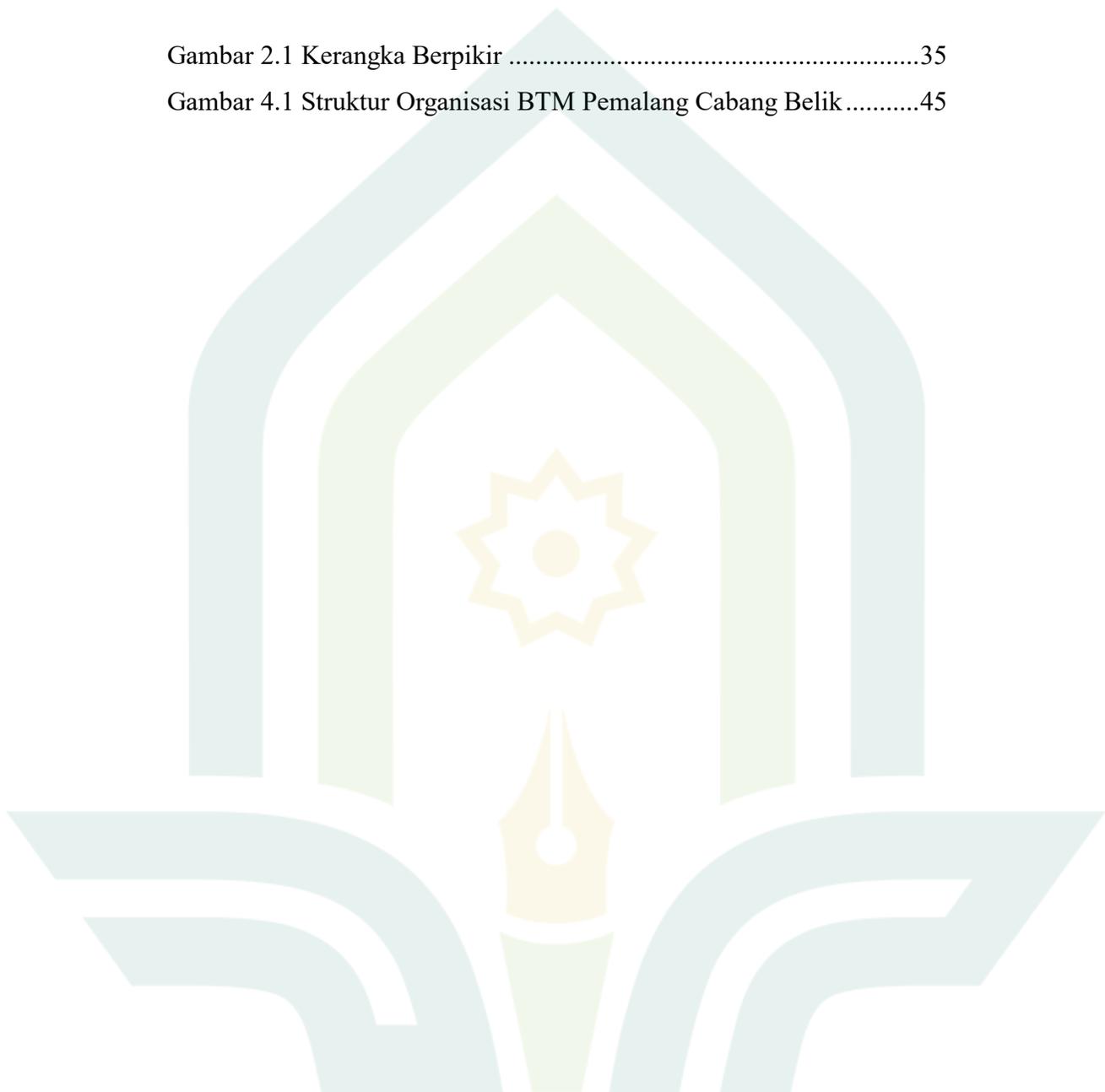
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Anggota BTM Pemalang Cabang Belik.....	7
---	---



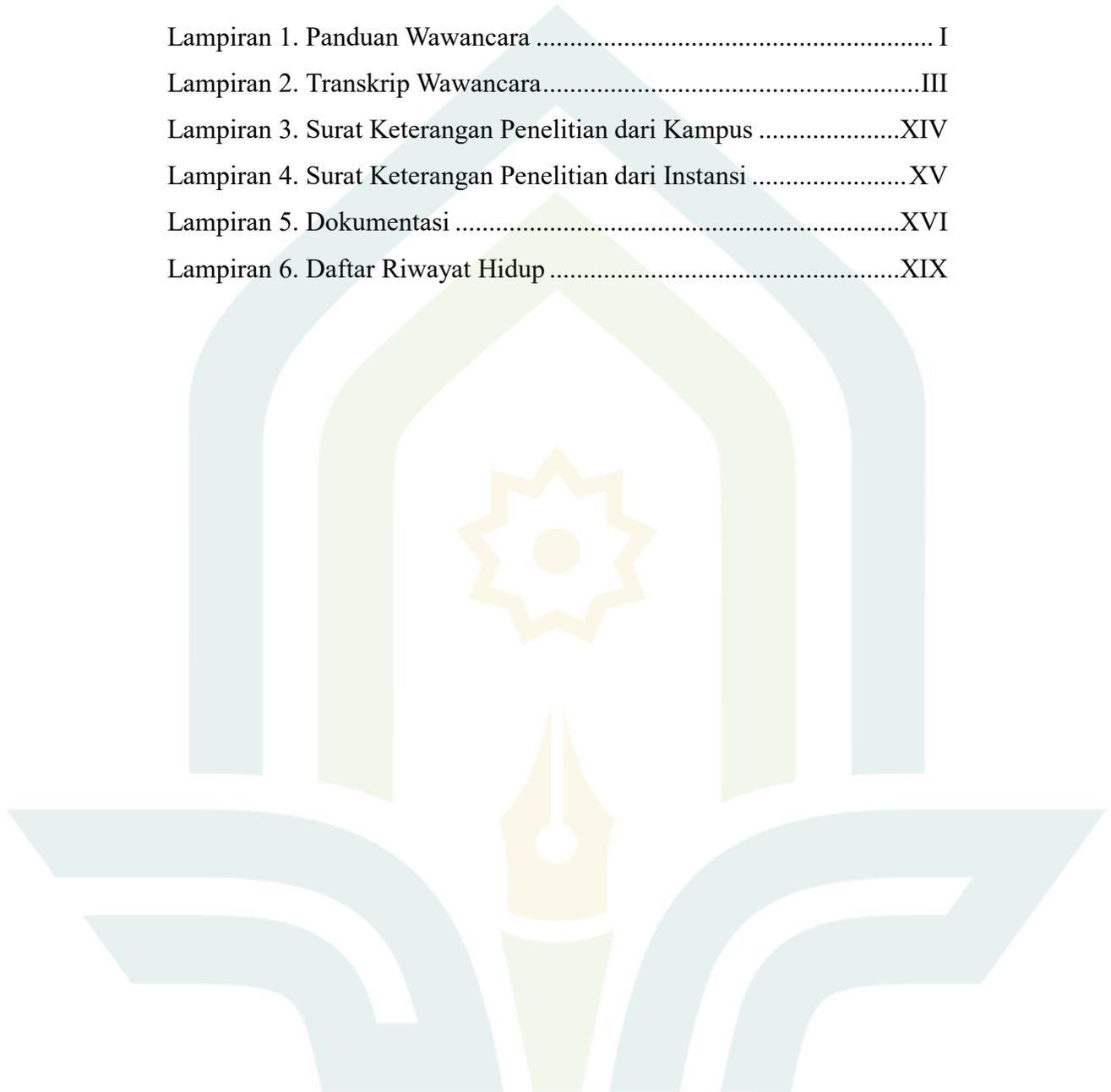
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BTM Pemalang Cabang Belik	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Wawancara	I
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	III
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian dari Kampus	XIV
Lampiran 4. Surat Keterangan Penelitian dari Instansi	XV
Lampiran 5. Dokumentasi	XVI
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	XIX



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia perekonomian terus berkembang mengikuti zaman, dengan kemajuan di berbagai sektor, termasuk pada industri jasa, dan perbankan. Di Indonesia, kemajuan pesat di sektor perbankan memberikan beragam pilihan pada nasabah dalam memilih bank yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Persaingan yang ketat di industri perbankan mendorong bank untuk menunjukkan keunggulan produk mereka dan bersaing dengan bank lain, baik bank nasional, bank asing, BPR, maupun lembaga keuangan non bank seperti koperasi, leasing, dan lembaga pembiayaan lainnya (Erline & Saputra, 2020). Di Indonesia juga terdapat lembaga keuangan lain yang disebut Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) yang juga mengalami perkembangan pesat, salah satunya adalah Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM). BTM adalah organisasi informal berbentuk Kelompok Simpan Pinjam (KSP) yang telah mendapatkan pengakuan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 (Imaniyati, 2013).

Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) telah berkembang pesat di seluruh Indonesia dan menjadi pendorong penting bagi usaha mikro. Buktinya, jumlah BTM di Indonesia telah mencapai lebih dari 5.500, menunjukkan peran penting BTM dalam membantu usaha mikro berkembang (Karuniawati, 2018).

Persaingan bisnis jasa di Indonesia yang semakin ketat, perusahaan dihadapkan pada tuntutan untuk menciptakan produk yang kreatif dan inovasi guna memperoleh dan menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan, bukan hanya tentang transaksi, tetapi tentang membangun kepercayaan dan loyalitas. Kebutuhan berfokus pada pelanggan semakin meningkat dalam organisasi bisnis, dengan pentingnya memahami kebutuhan serta keinginan pelanggan yang belum terpenuhi (Utami, 2010).

Keunggulan dalam bisnis menjadi krusial, tidak hanya dalam menyediakan produk bermutu, tetapi juga melalui penyediaan informasi yang mudah dan pelayanan yang baik kepada anggota, menjadi sesuatu yang penting dalam menjalin hubungan jangka panjang yang erat dengan anggota (I. K. Putri, 2018).

Salah satu strategi lain untuk mengatasi persaingan pasar yang ketat adalah menjaga hubungan dengan pelanggan, seperti yang dijelaskan oleh Bob Foster menekankan pentingnya *Customer Relationship Management* (CRM) untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan pendapatan dari pelanggan dalam menghadapi tantangan globalisasi, persaingan yang ketat, serta perubahan dinamika pelanggan dan biaya akuisisi yang terus berkembang (Ciptiyani, 2021).

Loyalitas nasabah dalam perbankan mengacu pada kecenderungan nasabah untuk memilih atau menilai lembaga keuangan tertentu dibandingkan dengan lembaga pesaing yang menawarkan produk serupa. Loyalitas ini diperkuat oleh komitmen antara lembaga keuangan dengan nasabahnya dengan membina hubungan yang lebih erat dan akan memperkuat loyalitas nasabah.

Menurut Handen dan Fanddy Tjiptono, yang dikutip oleh Khairunnisaa & Murtani (2023), menyatakan bahwa *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan strategi bisnis yang berfokus pada menarik, mempertahankan, dan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan yang menguntungkan. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, *Customer Relationship Management* (CRM) berperan sangat penting dalam memelihara loyalitas nasabah dan untuk mencegah nasabah beralih ke lembaga keuangan lain.

Customer Relationship Management (CRM) bukan hanya mengenai strategi bisnis, melainkan konsep yang berfokus pada menciptakan dan mempertahankan hubungan yang berkepanjangan dan saling menguntungkan dengan pelanggan. CRM mengintegrasikan unsur orang, proses dan

teknologi untuk mencapai tujuan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan keuntungan bagi perusahaan. Definisi berdasarkan sudut pandang menurut Meta Group pada tahun 2000 CRM adalah otomatisasi proses bisnis horizontal yang terintegrasi, termasuk titik kontak pelanggan front office yang meliputi penjualan, layanan, dan dukungan pelanggan. CRM berfokus pada menciptakan dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan melalui berbagai saluran komunikasi. Menurut Peelen (2005) CRM menekankan pada informasi. Teknologi memainkan peran penting dalam memfasilitasi hubungan dengan pelanggan dengan melalui internet, telepon, dan bertemu langsung, perusahaan dapat terhubung dengan pelanggan dengan mudah dan efisien.

Menurut bapak Rokhmat selaku pimpinan cabang BTM Pemalang Cabang Belik menjelaskan bahwa anggota yang loyal karena adanya pemberian kenyamanan dan pelayanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anggota yang dapat membuat anggota tertarik untuk menggunakan produk atau jasa dari BTM Pemalang Cabang Belik. Dengan implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) untuk mendukung kinerja karyawan dalam mempertahankan anggota lama dan menarik anggota baru serta membuat anggota loyal dalam menggunakan produk atau jasa yang ada, hingga bisa mendapatkan citra yang baik di masyarakat.

Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fefi (2020) menyatakan bahwa strategi CRM yang diterapkan oleh BPRS Adam Bengkulu yaitu dengan menghubungi nasabah setiap bulan, melakukan pemasaran, dan menanyakan kabar nasabah atau menghadiri acara hajatan dan ketika nasabah terkena musibah. Penelitian lain dari Putri & Purnami (2019) menyatakan bahwa terdapat hubungan mediasi parsial antara *Customer Relationship Management* (CRM) dan loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai mediatornya. Hal ini menunjukkan bahwa CRM yang baik dapat meningkatkan

kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah yang tinggi akan mendorong loyalitas nasabah terhadap Bank Mega. Jika bank atau lembaga keuangan non bank berhasil menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM), maka nasabah akan terus meningkatkan penggunaan produk/jasanya. Loyalitas pelanggan sangat penting bagi bank, karena jika pelanggan tidak loyal maka bank akan dirugikan, sehingga CRM sangat penting bagi setiap bisnis (Fahira, 2020).

Dengan menerapkan strategi CRM yang efektif, perusahaan dapat membangun hubungan yang kuat dan optimal dengan pelanggan yang sudah ada. Hal ini memungkinkan Perusahaan untuk lebih memahami dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan baik. Pentingnya membangun hubungan yang kuat dan optimal diungkapkan oleh Griffin (2003) bahwa 80% pendapatan Perusahaan berasal dari 20% pelanggan yang loyal. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang loyal memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keuntungan perusahaan.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, permasalahan yang dihadapi BTM Pemalang Cabang Belik yaitu di BTM Pemalang Cabang Belik promosi produk yang masih dilakukan secara tradisional atau dengan tatap muka dan kurang maksimal dalam mengikuti perkembangan teknologi yang ada guna menunjang kemudahan dalam aktivitas transaksi bagi anggota BTM Pemalang Cabang Belik. Namun di sisi lain, BTM Pemalang Cabang Belik melakukan pelayanan prima dengan menyediakan layanan keuangan kepada anggota dari hari senin hingga sabtu. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengetahui loyalitas anggota BTM Pemalang Cabang Belik dengan melalui implementasi *Customer Relationship Management* (CRM).

BTM Pemalang merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang berada di Pemalang Jawa Tengah yang tumbuh dan menghadapi persaingan yang ketat dalam memperebutkan pangsa pasar pada industri perbankan atau jasa.

BTM Pemalang Cabang Belik dalam menjalankan operasionalnya menggunakan jenis Koperasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) diawasi dan diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Pendekatan perizinan yang diterapkan OJK memberikan fleksibilitas bagi BTM untuk berkembang sesuai dengan kearifan lokal. BTM Pemalang mempunyai kantor cabang di wilayah Pemalang yaitu di Petarukan, Comal, Randudongkal, Moga, dan Belik. Aset BTM Pemalang saat ini mencapai Rp 133 miliar. Jumlah ini merupakan hasil dari audit terbaru yang menunjukkan pertumbuhan signifikan BTM Pemalang. Hebatnya lagi, aset BTM Pemalang setara dengan 9% dari total aset seluruh LKM di Indonesia (Yuliawan, 2024).

BTM Pemalang Cabang Belik merupakan lembaga keuangan yang berperan untuk menampung dan mendistribusikan dana masyarakat dalam bentuk simpanan maupun pembiayaan syariah. BTM Pemalang Cabang Belik memiliki fungsi untuk memberikan akses yang mudah bagi setiap anggota, pengusaha kecil, maupun masyarakat yang memerlukan dana dengan syarat-syarat yang sangat mudah dan dijalankan sesuai dengan prinsip atau ketentuan syariah. Dalam BTM Pemalang Cabang Belik produk yang ditawarkan terdiri dari dua jenis yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan. Berikut tabel jumlah anggota BTM Pemalang Cabang Belik:

Tabel 1.1

Jumlah Anggota BTM Pemalang Cabang Belik

No	Tahun	Jumlah Anggota
1.	2021	2.400
2.	2022	2.900
3.	2023	3.600

Sumber: BTM Pemalang Cabang Belik, 2023

Pemaparan tentang CRM dan fenomena yang ada mendorong peneliti untuk meneliti lebih lanjut mengenai sejauh mana implementasi CRM dan pelaksanaan manajemen

pemasaran di koperasi syariah dapat menghasilkan keuntungan jangka panjang. Penelitian ini juga bertujuan untuk memperluas pengetahuan para peneliti di bidang manajemen pemasaran relasional.

Latar belakang penelitian ini mendorong peneliti untuk menggunakan judul "Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Peningkatan Loyalitas Anggota (Studi Kasus Di BTM Pemalang Cabang Belik).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan pada latar belakang masalah diatas, maka dirumuskan pertanyaan penelitian: Bagaimana pengelola menjalankan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam peningkatan loyalitas anggota pada BTM Pemalang Cabang Belik?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian: Untuk mendeskripsikan pengelola dalam menjalankan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam peningkatan loyalitas anggota pada BTM Pemalang Cabang Belik

Manfaat penelitian ini mencakup dua aspek yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan informasi dan ilmu pengetahuan baru tentang penerapan CRM dalam meningkatkan loyalitas anggota.
 - b. Menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian tentang CRM di koperasi simpan pinjam atau organisasi lain.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi BTM Pemalang Cabang Belik: Memberikan masukan untuk menyempurnakan strategi dan program CRM pada BTM Pemalang Cabang Belik dalam meningkatkan loyalitas anggota.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini diawali dengan pendahuluan. Pendahuluan ini terkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat. Latar belakang menyajikan pernyataan, rasionalisasi berupa bukti penelitian serta kesimpulan. Rumusan masalah menyajikan pertanyaan terkait fenomena, keadaan ataupun rancangan yang membutuhkan jawaban melalui penelitian. Tujuan dan manfaat menyajikan suatu hal yang diinginkan dapat dicapai atau berhasil.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat mengenai landasan teori dan telaah pustaka. Landasan teori memuat teori yang berkaitan dengan penelitian yang bersumber dari buku, jurnal, artikel, ataupun yang lain. Telaah pustaka memuat berbagai penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang penulis teliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat secara rinci tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan penelitian, jenis penelitian, setting penelitian subjek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan gambaran secara meneyluruh terkait Perusahaan yang meliputi Sejarah singkat perusahaan dengan menguraikan asal usul pendirian serta perkembangan perusahaan, visi dan misi perusahaan dengan menjabarkan tujuan dan cita-cita Perusahaan, struktur organisasi perusahaan dengan menjabarkan pembagian departemen beserta peran dan tanggung jawabnya, produk dan layanan perusahaan dengan menyajikan produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan serta keunggulan dan manfaatnya bagi anggota. Pembahasan lain mengenai hasil temuan penelitian tentang Implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* dalam Peningkatan

Loyalitas Anggota (Studi Kasus di BTM Pemalang Cabang Belik).

BAB V PENUTUP

Bab ini diakhiri dengan penutup. Pada bagian penutup memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan menyampaikan secara singkat dari hasil penelitian yang terdapat hubungannya dengan masalah penelitian. Saran ini akan merummuskan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian.



BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) pada BTM Pemalang Cabang Belik dilakukan menggunakan beberapa dimensi yaitu: dimensi *People* (Orang) yang menjalankan *Customer Relationship Management* (CRM) adalah seluruh staf BTM Pemalang Cabang Belik. Ada dimensi *Process* (Proses) yang terdiri dari empat tahapan yaitu: tahap identifikasi, tahap diferensiasi dimana pada tahap ini tidak sesuai dengan BTM Pemalang Cabang Belik karena BTM Pemalang Cabang Belik menerapkan prinsip semua anggota disamaratakan dan dilayani sesuai dengan kebutuhannya, tahap interaksi, dan tahap personalisasi. Dan yang terakhir ada dimensi *Technology* (Teknologi) untuk menunjang kegiatan staf BTM Pemalang Cabang Belik yaitu berupa: komputer atau internal yang dibuat oleh BTM Pusat, WhatsApp, telepon dan email.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam proses melakukan penelitian ini, terdapat keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian, yaitu:

1. Adanya keterbatasan waktu penelitian, tenaga, dan kemampuan peneliti.
2. Kurangnya eksplorasi teori yang dapat memperkaya penelitian. Bagi peneliti, eksplorasi teori memiliki peran penting dalam memperkaya pengetahuan dibidang ilmu komunikasi di Indonesia, khususnya dalam media.
3. Keterbatasan data yang digunakan dalam penelitian ini membuat hasil kurang maksimal.
4. Kendala teknis di lapangan yang secara tidak langsung membuat peneliti merasa penelitian ini kurang maksimal. Ketika memutuskan untuk memakai metode penelitian kualitatif, peneliti sadar akan banyaknya interaksi yang harus dibangun dengan subyek dan obyek penelitian. Maka banyak waktu yang terbuang untuk menjalin interaksi ini sehingga waktu yang semakin mendekati deadline tersebut dirasa kurang untuk membuat penelitian ini lebih baik.

5. Penelitian ini masih jauh dari sempurna, sehingga diharapkan penelitian berikutnya dapat menjadi lebih baik dari yang sebelumnya.

C. Implikasi Teoritis dan Praktis

1. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini akan menambah kepustakaan mengenai strategi bisnis yang digunakan untuk mengelola dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan agar tidak beralih ke lembaga keuangan yang lain.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi para lembaga keuangan syariah khususnya untuk BTM Pemalang Cabang Belik untuk selalu konsisten dalam memberikan pelayanan yang memudahkan bagi para anggota, sehingga tercipta hubungan jangka panjang dengan anggota dan loyalitas anggota, meskipun dengan keterbatasan teknologi yang digunakan.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi BTM Pemalang Cabang Belik diharapkan dapat mengikuti perkembangan teknologi yang ada sehingga dapat menunjang kemudahan dalam aktivitas transaksi bagi staff maupun anggota.
2. Pihak BTM Pemalang Cabang Belik dan anggota diharapkan memaksimalkan hubungan dengan efisien.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan fokus penelitian terkait *Customer Relationship Management* (CRM).

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Buttle, F. (2007). *Customer Relationship Management: Manajemen Hubungan Pelanggan Concepts And Tools*. Bayumedia.
- Ciptiyani, M. (2021). Implementasi Customer Relationship Management Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Mitraguna Berkah (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia,Tbk KCP Ajibarang). *IAIN Purwokerto*, 1–135.
<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/11465>
- Clow, & Baack. (2007). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Pearson.
- Erline, & Saputra, B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI. *Ilmu Ekonomi (Manajemen Perusahaan) Dan Bisnis*.
- Fahira, H. D. (2020). *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah KC Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri Ar-Ranairy Banda Aceh.
- Fefi, M. (2020). *Kualitas Customer Relationship Management Pt Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Bprs) Adam Bengkulu*.
[http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/4498%0Ahttp://repository.iainbengkulu.ac.id/4498/1/SKRIPSI FEFI PDF.pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/4498%0Ahttp://repository.iainbengkulu.ac.id/4498/1/SKRIPSI%20FEFI%20PDF.pdf)
- Gaffar, V. (2007a). *CRM dan MPR Hotel*. Alfabeta.
- Gaffar, V. (2007b). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Alfabeta.

- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Airlangga.
- Imaniyati, N. S. (2013). "Aspek-Aspek Hukum BMT." PT Citra Aditya Bakti.
- Karuniawati, A. (2018). *Kontribusi Pembiayaan Mudharabah Terhadap Peningkatan Ekonomi Anggota di BTM Surya Melati Abadi Cabang Mojo Kediri*. UIN Satu Tulungagung.
- Khairunnisaa, N. S., & Murtani, A. (2023). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. BPRS Al-Washliyah Medan. *Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal*, 1(2), 674. <http://kti.potensi-utama.ac.id/index.php/MAIBIE/index%7C>
- Kristin G. Esterberg. (2002). *Qualitative Methods Ins Social Research*. Mc Graw Hill.
- Kuntoro, A. Y. (2022). *Pengenalan ERP – CRM – EAI - SCM*.
- Mamlukhah, & Ni'mah, D. (2022). Implementasi Customer Relationship Management Pada Pemasaran Pendidikan. *Tarbiyatuna*, 3(1).
- Mamuko, T. Y., Masruchin, & Krisnaningsih, D. (2022). Implementasi Strategi Customer Relationship Management Pada Industri Financial Technology Microfinance Syariah Di Indonesia. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 5(1).
- Mardalis, A. (2005). "Meraih Loyalitas Pelanggan," *Benefit* 9. 111–112.
- Mtarget. (2023). *Memahami Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan dan Karakteristiknya*. <https://mtarget.co/blog/memahami-jenis-loyalitas-pelanggan/#:~:text=1.,continue> pada suatu produk tertentu
- Mubarokah, H. (2024). *Wawancara*.

- Peelen, E. (2005). *Customer Relationship Management*. Prentice Hall.
- Pelton, L. E., Strutton, D., & Lumpkinn, J. R. (2002). *Marketing Channels A Relationship Management Approach*. Mc Graw Hill.
- Putri, A. A. I. M. V., & Purnami, N. M. (2019). *Peran Kepuasan Memediasi Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mega Cabang Sunset Road Kuta*. 8(7).
- Putri, I. K. (2018). *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Anggota di KSPPS Sri Sejahtera Jawa Timur*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Khamdan.
- Rompas, J. J. L., Mananeke, L., & Worang, F. G. (2020). Customer Relationship Management dan Customer Value Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Nasabah Kredit Komersil PT. Bank Sulutgo Kantor Cabang Utama Manado. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 7(3), 368–378.
- Saputri, W. (2021). *Implementasi Costumer Relationship Management (CRM) Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut Kcpsy Multatuli*. Muhammadiyah Sumatra Utara Medan.
- Sari, M. (2020). “Penelitian Kepustakaan (Library Research) Dalam Penelitian Pendidikan IPA.” *Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan*, 6(1).
- Sari, P. E. (2018). Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank BNI UNPAD. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2). <https://doi.org/10.31317/jmk.9.2.1-23.2018>
- Setiawan, R. (2024). *Wawancara*.

- Sugiono, P. D. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Cv.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Uii Press.
- Susanto, D. H. (2024). *Wawancara*.
- Susilawati, R., & Silmi, Z. I. (2022). Analisis Customer Relationship Management (CRM) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah KSU BTM Surya Amanah Jombang. *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 7(2), 105–112. <https://doi.org/10.33752/bisei.v7i2.3653>
- Suwandi, E. A., Mutohar, M., & Suijianto, A. E. (2023). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen, Pendidikan, Dan Pemikiran Islam*, 1(1). <https://journal.as-salafiyah.id/index.php/jmpi>
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat.
- Wahyudhi, I., Irawan, A. W., & Afifah, N. (2022). Customer Relationship Management (CRM) Pada Produk Pembiayaan Murabahah Di KSPPS BMT Artha Sejahtera Senori. *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2).
- Wardani, S. R., Sanusi, M., & Fahrianti, N. (2022). Customer Relationship Management (CRM) dalam Perspektif Islam: Studi Kasus pada KS BMT Al-Ikhwan Suralaga. *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 3(2).

Yuliawan, A. (2024). *Berijin LKMS, BTM Pemalang Bukukan Aset Rp 133 Miliar*. Menara62. <https://menara62.com/berijin-lkms-btm-pemalang-bukukan-aset-rp-133-miliar/>



Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Misel Yulianti
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pemalang, 5 Februari 2002
3. Alamat : Desa Majalangu RT 04/RW 04,
Kecamatan Watukumpul, Kabupaten Pemalang
4. Nomor Handphone : 082324778392
5. Email : miselyulianti1@gmail.com
6. Nama Ayah : Tarmo
7. Nama Ibu : Sariah
8. Pekerjaan Ayah : Pedagang
9. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : MI Nurul Hidayah Majalangu (2008-2014)
2. SMP : SMP Negeri 1 Watukumpul (2014-2017)
3. SMA/SMK : SMA Negeri 1 Belik (2017-2020)

Pekalongan, 31 Oktober 2024



Misel Yulianti