

ABSTRAK

Shelly Nurhaliza Ardividaani Ya'ala, 1720510042, Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam mempertahankan loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hambatan serta solusi dalam mengimplementasikan *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan oleh BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), karena pengumpulan data menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data berupa kata-kata. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer yaitu berupa wawancara dengan Kepala Cabang, *Teller*, *Marketing*, Administrasi BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus serta anggota Pembiayaan Murabahah. Sedangkan data sekunder berasal dari brosur, catatan di BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus. Kemudian, pengujian keabsahan dalam penelitian ini menggunakan perpanjangan pengamatan, triangulasi (Sumber, Teknik, dan Waktu), dan *membercheck*. Selain itu, dalam penelitian ini analisis data menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian yang telah peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1) Implementasi CRM yang terdiri dari 3 aspek *People*, Proses dan Teknologi telah diimplementasikan dengan baik oleh BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus. Namun, pada aspek proses dalam tahap diferensiasi belum dapat diimplementasikan secara sempurna karena semua anggota BMT memiliki hak dan kualitas layanan yang sama. 2) Hambatan yang dihadapi oleh BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus dalam implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu: perbedaan karakter para anggota BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus disebabkan oleh personalitas dari tiap anggota, kecenderungan emosi atau perasaan yang tidak baik menyebabkan personalitas yang tidak baik juga. Selain itu, BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus mengalami *error* pada aplikasi *yaummi mobile* yang disebabkan oleh kesalahan sistem pada BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Pusat yang sedang berupaya melakukan *maintenance* guna memaksimalkan kinerja aplikasi *yaummi mobile*. 3) Solusi yang dilakukan oleh BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus dalam menghadapi hambatan implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) antara lain yaitu melakukan pendekatan komunikasi yang bersifat informal sebagai upaya yang ideal dikarenakan komunikasi informal bersifat interaktif, fleksibel, sehingga dianggap mampu mengimplementasikan berbagai ide dan gagasan dari para anggota.

Kata kunci : *Customer Relationship Management* (CRM), Loyalitas, Pembiayaan Murabahah.