

ABSTRAK

Suroso (1320210285), “Analisis Implementasi Strategi Customer Relationship Management (CRM) BMT Amanah Kudus Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah”. Skripsi, Kudus: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah (ES) STAIN Kudus, 2017.

Tujuan penelitian dalam skripsi ini yaitu untuk mengetahui Untuk mengetahui bagaimanakah implementasi dari strategi *costomer relationship management* (CRM) dan upaya BMT Amanah dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Dan penyusunan skripsi ini menggunakan jenis penelitian lapangan yaitu peneliti terjun langsung ke tempat terjadinya gejala-gejala yang akan diselidiki. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun lokasi penelitian dilakukan di BMT Amanah Kudus berlokasi di Jl. Gedang Sewu Rt. 05/04 Bakalan Krapyak Kaliwungu Kudus Telp. (0291) 4250388. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa BMT Amanah kudus dalam mengimplementasikan strategi *customer relationship management* (CRM), yaitu dengan melalui proses mengumpulkan data pelanggan, analisis data nasabah, identifikasi nasabah loyal, dan pengembangan program *customer relationship management* (CRM). sementara dalam 3 tataran CRM dilakukan dengan. CRM strategis yaitu adanya kerja sama lintas manajemen, pembagian kerja atau *job discription* yang jelas serta budaya organisasi “AHLISORGA” yaitu A : *Add Values* (Menambah Nilai), H : *High Performance* (Berkinerja Tinggi), L : *Learn, Growand Fun* (selalu belajar, Mengembangkan diri & Menuntaskan Tugas Dan Bersemangat) I : *Integrity And Commitment* (Amanah dan Berkomitmen), S : *Syar’ie* (Menegakkan Syariah) O : *Optimist Visionary* (Optimis Menata Masa Depan), R : *Respect Others* (Mengormati dan Menghargai Orang Lain), G : *Go Extra Miles* (Melakukan sesuatu melebihi standart), A : *Abundance And Grateful* (Keberlimpahan dan Bersyukur) serta melakukan pelayanan sesuai SOP dan melakukan evaluasi kinerja secara berkala. Pada CRM Operasioanal dengan melakukan segmentasi pasar yaitu utamanya pada kalangan yang memikiki usaha, ,serta otomatisasi layanan yaitu *customer service* bertatap muka secara langsung dengan para nasabah, dan juga pemasaran *dirrect sellig* dengan mendatangi langsung nasabah kerumahnya. Kemudian CRM Analitis yaitu penggunaan sistem database dengan menggunakan SIMKO syariah. Dan dalam mempertahankan nasabah BMT Amanah melakukan strategi dengan meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki, melakukan inovasi untuk menciptakan nilai tambah , mengadakan program pelanggan. Menyediakan akses layanan saran atau keluhan, selalu menjalin komunikasi yang baik dengan para nasabah baik secara langsung tatap muka maupun melalui media sosial seperti facebook, maupun website BMT Amanah.

Kata Kunci: Customer Relationship Management (CRM), Loyalitas Nasabah, BMT.