

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Nama Isntasi BMT

BMT Amanah Kudus ini merupakan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Pondok Pesantren Amanah merupakan lembaga keuangan yang berbadan hukum sebagai satu bidang ekonomi yang bernaung di bawah yayasan Al-Aqsho Pesantren Hidayatullah.

Legalitas Kopontren Amanah adalah sebagai berikut:

- a. Notaris : Liyanti Achwas
- b. Tanggal : 25 Juli 2013
- c. Nomor : 43,-
- d. Badan Hukum : KOPERASI
- e. No. Badan Hukum : 13308/BH/KWK.11/IX/1997
- f. Akta perubahan : 518.2.1.2/03/BH/PAD/10/2012
- g. SIUP : 510/032/11.25/PM/25.23/2012
- h. TDP : 11.25.2.65.00210
- i. NPWP : 1.641.888.1-506
- j. Ket Domisili : 89/VI/2012

2. Alamat BMT

Kantor Pusat : Jl. Gedang Sewu Rt. 05/04 Bakalan Krapyak Kaliwungu Kudus Telp. (0291) 4250388

Kantor Cabang **1**: Jl. Ahmad Yani Komplek Pertokoan Sempalan No. 06 Jati Kulon Kudus Telp. (0291) 4250388.¹

3. Sejarah Berdirinya BMT

Sejarah berdirinya BMT Amanah berawal rekomendasi dari beberapa donatur rutin yayasan Al-Aqsho Pesantren Hidayatullah Kudus untuk mendirikan BMT, setelah itu ada musyawarah dari beberapa pengurus yayasan Al-Aqsho Pesantren Hidayatullah untuk mendirikan

¹ Dokumentasi BMT Amanah Kudus Diambil Pada 17 Mei 2017.

BMT maka disepakati pada bulan Desember 2009 Bapak Saiful Anwar di kirim ke BMT Al-Amin Kudus untuk belajar atau magang selama 1 bulan.

Selanjutnya pada awal 2010 mulai persiapan untuk membuka kantor seperti cetak brosur, persiapan tempat dan operasional lain yang diperlukan, dan pada tanggal 13 Mei 2010 BMT Amanah resmi di buka.

Pada awal berdirinya BMT Amanah adalah BMT Aqshol Madinah dengan rencana badan hukum KJKS, namun ketika mau mengurus perizinan kedinas PERINKOP dan UMKM kota kudus, pihak dinas tersebut merekomendasikan tidak usah membuat izin baru tetapi menghidupkan kembali koperasi yang ada di bawah naungan Yayasan Al-Aqsho Pesantren Hidayatullah yaitu Kompotren Amanah, dan sejak itulah nama BMT Aqsho Madinah resmi berganti nama menjadi BMT Amanah.

Latar belakang pendirian BMT Amanah yaitu sebagai berikut:

- a. Kondisi dhuafa yang sering dimanfaatkan oleh tengkulak dan pemodal dengan tidak wajar.
- b. Sulitnya akses permodalan ke lembaga keuangan.
- c. Masih sulit dakwah menyentuh kalangan mikro/masyarakat kecil.
- d. Upaya nyata dalam mewujudkan program ekonomi Yayasan Al-Aqsho Pesantren Hidayatullah Kudus.

Dalam menjalankan usahanya, BMT Amanah telah mendapatkan hasil positif berupa tanggapan masyarakat, minat masyarakat dan dukungan tentang keberadaan BMT Amanah, di tahun ke 4 BMT Amanah membuka 1 kantor cabang yang berada di Komplek Pertokoan Sempalan No. 06 Jati Kulon kudus, yang resmi beroperasi pada tanggal 2 januari 2014. Jumlah karyawan BMT AMANAH pada mulanya adalah 2 karyawan, dan pada tahun 2016 ini bertambah menjadi 8 karyawan dengan rincian 5 di kantor pusat dan 3 di kantor cabang.

- a. Visi Misi BMT Amanah

Adapun visi dan misi BMT Amanah Kudus yang dijalankan adalah:

VISI

Mewujudkan kesejahteraan umat Islam khususnya anggota dengan penguatan pelaksanaan prinsip-prinsip ekonomi berdasar syariah.

MISI

Mengelola BMT dengan :

- 1) Penguatan modal
- 2) Penguatan lembaga (Standar SDM, Operasi, *Software* & Aplikasi Syariah)
- 3) Penguatan pendampingan (Manajemen, Ruhiah dan kemitraan)
- 4) Penguatan produk,
- 5) Penguatan *service* (*Home Banking*, SALUT (Sederhana, Aman, Lancar, Utuh dan Transparan),
- 6) ATM (Adil, Transparan, Menentramkan).²

b. Tujuan Pendirian BMT Amanah

- 1) Meningkatkan pendapatan anggota dan masyarakat umumnya,
- 2) Mengatasi ketimpangan ekonomi dan sosial,
- 3) Mempunyai posisi tawar/daya saing anggota dan mitra binaan melalui kegiatan pendukung lainnya,
- 4) Peningkatan produktivitas usaha yang maksimal,
- 5) Pendapatan yang mampu mendorong pertumbuhan perkembangan usaha.

c. Manajemen BMT Amanah Berkomitmen Selalu Berorientasi Untuk

- 1) Menjadikan BMT Amanah sebagai partner pembiayaan yang utama bagi anggota.
- 2) Menjamin kepuasan anggota.
- 3) Menciptakan lingkungan kerja yang ramah, elegan, berwibawa, dan penuh keakraban.
- 4) Menjalankan operasional pengelolaan BMT dengan pendekatan *Cost leader* atau efisiensi.

² Dokumentasi BMT Amanah Kudus Diambil Pada 17 Mei 2017.

- 5) Menghasilkan keuntungan yang pantas dengan asas keadilan bagi semua *stake holders*.
- 6) Melakukan peningkatan berkelanjutan untuk memperbaiki kinerja BMT dengan penerapan Sistem Manajemen Mutu.
- 7) Memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan Hidayatullah dan *izzul islam wal muslimin*.

d. Service Point BMT

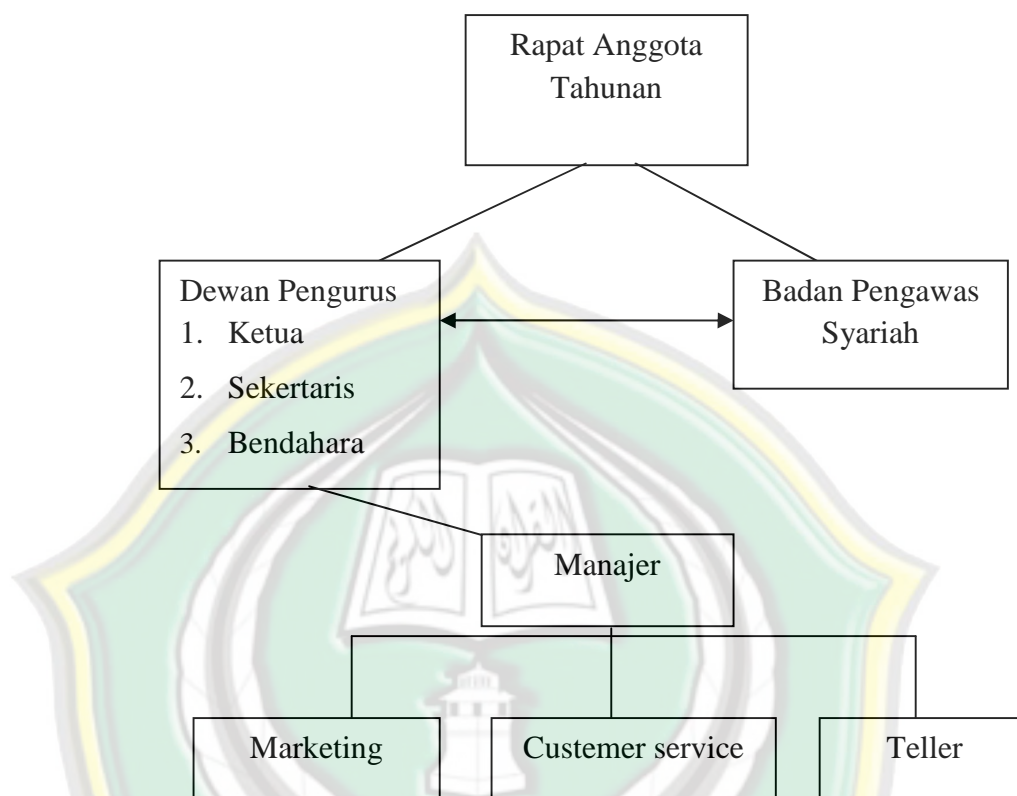
- 1) BMT menjadi pilihan utama pembiayaan anda
- 2) BMT memberikan sambutan yang hangat kepada setiap anggota
- 3) BMT berfokus pada pelayanan terbaik
- 4) BMT melayani dengan penuh kenyamanan
- 5) BMT berkomitmen memberikan solusi
- 6) BMT berusaha untuk selalu jujur dan transparan
- 7) BMT berusaha untuk selalu berkomitmen dan bertanggung jawab
- 8) BMT melayani dengan penuh sopan santun dan bersahabat
- 9) BMT menjaga keamanan dan kerahasiaan data anda
- 10) BMT bekerja dengan dukungan teknologi
- 11) BMT berupaya membangun kepercayaan dan kesejahteraan semua

4. Struktur Organisasi

Dalam suatu lembaga atau organisasi pasti terdapat struktur organisasinya dalam menjalankan. Di BMT Amanah sendiri struktur organisasinya itu hampir sama dengan struktur organisasi yang ada pada koperasi lainnya, dimana kekuasaan tertinggi terletak pada rapat anggota tahunan (RAT) dengan dipantau oleh dewan pengawas syari'ah. Secara umum, struktur organisasi yang ada pada lembaga BMT Amanah adalah: RAT (Rapat Anggota Tahunan).³

³ Dokumentasi BMT Amanah Kudus Diambil Pada 17 Mei 2017.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BMT Amanah Kudus



5. Ruang Lingkup, Wewenang Dan Mekanisme

Job description

a. Ketua

- 1) Menjalankan tugas memimpin rapat-rapat anggota dan rapat pengurus, dan memberikan laporan pertanggung jawaban kepada anggota pada rapat anggota.
- 2) Menjalankan tugas kepemimpinan diantara anggota pengurus.
- 3) Membina pengelola.
- 4) Menandatangani surat-surat berharga dan surat-surat lainnya dalam penyelenggaraan semua usaha BMT Amanah
- 5) Menjalankan tugas sebagaimana diamanahkan sesuai dengan ketentuan AD/ART khususnya dalam hal pencapaian tujuan, visi, misi dan prinsip dasar usaha.

Dengan sekertaris, apabila kegiatan menyangkut bidang idiiil BMT Amanah, tata usaha umum, personalia seperti buku anggota, SK pegawai dan lain-lain. Dengan bendahara, meliputi bidang keuangan seperti penanda tanganan laporan keuangan, investasi, perjanjian terkait keuangan dan lain-lain. Dengan manajer, meliputi perjanjian kerjasama dengan pihak lain.

b. Sekertaris

- 1) Menyelenggarakan dan memelihara buku-buku organisasi (buku daftar anggota, membuat serta memelihara berita acara yang asli dan lengkap dari rapat-rapat anggota pengurus).
- 2) Menyelenggarakan dan memelihara arsip-arsip keputusan rapat anggota, rapat pengurus dan surat menyurat.
- 3) Memelihara tata kerja, merencanakan peraturan-peraturan khusus serta ketentuan lainnya.
- 4) Menyusun laporan-laporan organisasi.
- 5) Bertanggung jawab atas pemberitahuan kepada anggota sebelum rapat anggota diadakan sesuai dengan AD/ART.

c. Bendahara

- 1) Merencanakan anggaran pendapatan dan belanja unit usaha.
- 2) Mencari dana dengan menghimpun simpanan dan sumber dana lain yang potensial.
- 3) Memelihara semua harta kekayaan lembaga.
- 4) Mengatur pengeluaran uang agar tidak melampaui anggaran.
- 5) Menyiapkan laporan keuangan secara periodik.
- 6) Membimbing dan mengawasi pekerjaan manajer dalam pengadministrasian keuangan.
- 7) Bersama dengan manajer, menandatangani rekening buku bank.
- 8) Memberikan catatan-catatan keuangan usaha.
- 9) Memverifikasi dan memberikan saran kepada ketua tentang berbagai situasi dan mengatur efektifnya pengamanan

kekayaan, rekening bank atas nama koperasi dan komite pembiayaan.

d. Manajer Umum

1) Fungsi utama jabatan

Merencanakan, mengkoordinasi dan mengendalikan seluruh aktifitas lembaga yang meliputi penghimpunan dana dari pihak ketiga serta penyaluran dana yang merupakan kegiatan utama lembaga serta kegiatan-kegiatan yang berhubungan langsung dengan aktifitas utama dalam upaya mencapai target.

2) Tanggung jawab

- a) Tersusunnya sasaran, rencana jangka pendek, rencana jangka panjang serta proyeksi (finansial maupun non finansial)
- b) Tercapainya target yang telah ditetapkan secara keseluruhan.
- c) Terselenggaranya penilaian kerja terhadap karyawan
- d) Tercapainya lingkup kerja yang aman dan nyaman untuk semua karyawan untuk pencapaian target.
- e) Terjalannya kerjasama dengan pihak lain dalam rangka memenuhi kebutuhan lembaga.
- f) Terjaganya dana-dana anggota yang terhimpun dan pembiayaan yang diberikan kepada seluruh anggota.
- g) Menjaga BMT agar dalam aktifitasnya senantiasa tidak lari dari visi dan misinya.⁴

3) Wewenang

- a) Memimpin rapat komite untuk memberikan keputusan terhadap pengajuan pembiayaan.
- b) Menyetujui atau menolak secara tertulis pengajuan rapat komite secara musyawarah dengan alasan yang jelas.

⁴ Dokumentasi BMT Amanah Kudus Diambil Pada 17 Mei 2017.

- c) Menyetujui pengeluaran uang untuk pengeluaran kas kecil dan biaya operasional lain sesuai dengan batas wewenang.
 - d) Memberikan teguran dan sanksi atas pelanggaran yang dilakukan bawahan
 - e) Mengusulkan promosi, rotasi, dan PHK yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
 - f) Memutuskan dan meolak kerjasama dengan pihak lain dalam kegiatan utama (simpan pinjam) dengan alasan yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- e. Manajer Operasional
- 1) Fungsi Utama Jabatan
Merencanakan, mengarahkan, mengontrol serta mengevaluasi seluruh aktifitas di bidang operasional baik yang berhubungan dengan pihak internal maupun eksternal yang dapat meningkatkan profesionalisme BMT khususnya dalam pelayanan terhadap mitra maupun anggota.
 - 2) Tanggung Jawab
 - a) Terselenggaranya pelayanan yang memuaskan (*service exxellent*) kepada anggota BMT
 - b) Terevaluasi atau terselesaikannya seluruh permasalahan yang ada dalam operasional BMT.
 - c) Terbitnya laporan keuangan, perkembangan pembiayaan, dan laporan mengenai penghimpunan dana anggota secara lengkap dan akurat serta sah baik harian, bulanan, maupun sesuai periode yang dibutuhkan.
 - d) Terarsipnya seluruh dokumen-dokumen keuangan, dokumen lembaga, serta dokumen-dokumen penting lainnya.
 - e) Terarsipnya surat masuk dan keluar serta notulasi rapat manajemen dan rapat operasional.

- f) Terselenggaranya seluruh aktifitas rumah tangga BMT yang mendukung aktifitas BMT.
 - g) Terselenggaranya absensi dan dokumentasi hasil penilaian karyawan.⁵
- 3) Wewenang
- a) Mengeluarkan biaya operasional rutin dalam batas wewenang
 - b) Mengajukan biaya operasional dan kebutuhan-kebutuhan lain yang dibutuhkan untuk mendukung pekerjaan di bidang operasional kepada manajer untuk dipertimbangkan.
 - c) Menyetujui penarikan kas untuk penarikan tabungan dalam batas wewenang.
 - d) Melakukan kontrol terhadap kehadiran karyawan.
 - e) Menegur karyawan dibidang operasional ketika bekerja tidak sesuai dengan prosedur yang berlaku.
 - f) Menyetujui pemotongan biaya administrasi tabungan untuk tabungan yang tidak bermutasi selama 6 bulan atau sesuai dengan kebijakan BMT.
 - g) Memberikan masukan dan membantu bagian operasional lainnya yang memerlukan bantuan, dalam kapasitasnya sebagai manajer operasional.
- f. Teller
- 1) Fungsi utama jabatan
Merencanakan dan melaksanakan segala sesuatu transaksi yang siatnya tunai.
 - 2) Tanggung jawab
 - a) terselesaikannya laporan kas harian
 - b) Terjaganya keamanan kas
 - c) Tersedianya laporan *cashflow* pada akhir bulan untuk keperluan evaluasi.
 - 3) Wewenang

⁵ Dokumentasi BMT Amanah Kudus Diambil Pada 17 Mei 2017.

- a) Menerima transaksi tunai dari transaksi-transaksi yang terjadi di BMT.
 - b) Memegang kas tunai sesuai dengan kebijakan yang ada.
 - c) Mengeluarkan transaksi tunai pada batas nominal yang diberikan atau atas persetujuan berwenang.
 - d) Menolak pengeluaran kas apabila tidak ada bukti-bukti pendukung kuat.
 - e) Mengetahui kode brankas tetapi tidak memegang kunci atau sebaliknya.
 - f) Meminta pertanggung jawaban keuangan kas kecil jika batas waktu pertanggung jawaban telah tiba.
- 4) Tugas-tugas
- a) terselesaikannya laporan harian
 - b) Terjaganya keamanan kas.
 - c) Tersedianya laporan *cashflow* pada akhir bulan untuk keperluan evaluasi.⁶
- g. *Customer Service*
- 1) Fungsi utama jabatan

Meberikan layanan prima kepada mitra sehubungan dengan produk *funding* (penghimpunan dana) yang dimiliki oleh BMT, dalam hal ini tabungan (simpanan lancar) deposito (simpanan berjangka).
 - 2) Tanggung jawab
 - a) Pelayanan terhadap pembukaa dan penutupan rekening tabungan dan deposito serta mutasinya.
 - b) Pengarsipan tabungan dan deposito
 - c) Penghitungan bagi hasil dan pembukaanya.
 - d) Pelaporan tentang perkembangan dana masyarakat.

⁶ Dokumentasi BMT Amanah Kudus Diambil Pada 17 Mei 2017.

- 3) Wewenang
 - a) Memotong biaya administrasi bagi tabungan yang tidak bermutasi 6 bulan (sesuai kebijakan)
 - b) Menutup rekening secara otomatis untuk rekening yang saldonya dibawah saldo minimum.
 - c) Melakukan pemindah bukuan untuk kasus tertentu yang telah ada kebijakannya.
 - 4) Tugas-tugas pokok
 - a) Pelayanan terhadap pembukaan dan penutupan rekening tabungan dan deposito beserta mutasinya.
 - b) Pengarsipan tabungan dan deposito.
 - c) Perhitungan bagi hasil dan pembukuannya.
 - d) Pelaporan tentang perkembangan dana masyarakat.⁷
6. Ruang Lingkup Produk Dan Jasa

BMT Amanah mempunyai beberapa produk antara lain: produk simpanan (*funding*), produk pembiayaan (*leanding*). Selain itu BMT Amanah juga mempunyai Layanan dan Jasa Keuangan ATM.

a. Produk-Produk Simpanan (*funding*)⁸

1) Simpanan Sakinah

Simpanan sakinah adalah simpanan dengan akad *mudharabah* (bagi hasil) yang diperuntukan bagi perorangan maupun lembaga dengan maksud investasi, keamanan maupun perencanaan keuangan masa depan, Pembukaan rekening simpanan sakinah dapat dilakukan dengan penyetoran awal minimal Rp. 20.000,- dan dikenakan biaya administrasi pembukaan rekening sebesar Rp. 5.000,- .

Pada Rekening simpanan sakinah tidak dikenakan potongan administrasi bulanan maupun jenis potongan lainnya, nisbah simpanan sakinah adalah 25:75, Perhitungan besaran imbalan atau

⁷ Data Buku Pedoman Standar Operasional Prosedur (SOP) BMT Amanah Kudus Dikutip Pada 18 Mei 2017.

⁸ Dokumentasi BMT Amanah Kudus Diambil Pada 17 Mei 2017.

bagi hasil ditentukan dari laba kotor BMT (*revenue sharing*) yang bersumber dari pendapatan bagi hasil pembiayaan, margin pembiayaan dan sektor riil BMT dan didasarkan pada saldo rata-rata harian dibukukan pada setiap akhir bulan.

Manfaat dan kelebihan

- a) Buku tabungan
 - b) Tanpa biaya potongan administrasi
 - c) Mendapat bagi hasil bulanan
 - d) Fasilitas kemudahan antar jemput dana
 - e) Fasilitas *autodebet* pembayaran tagihan (PLN, Telkom, speedy, asuransi, dll)
- 2) Simpanan Mawadah

Fasilitas tabungan dengan penempatan dana dengan jumlah dan waktu tertentu berdasar akad *wadiah yad dhimanah*, dengan Persyaratan

- a) Mengisi formulir pembukaan rekening
 - b) Menyerahkan foto copy identitas
 - c) Melakukan setoran minimal Rp. 5.000.000
 - d) Menandatangani persyaratan kesiapan mengendapkan dana selama jangka waktu tertentu.
- 3) Simpanan Anak Sholeh

BMT Amanah membuka produk “Simpanan Anak Sholeh” yaitu simpanan berjangka dengan akad *Mudharabah* (bagi hasil) yang diperuntukan bagi perorangan maupun lembaga untuk maksud investasi, keamanan maupun perencanaan keuangan pendidikan anak masa depan.

Simpanan Anak Sholeh tidak dikenakan pemotongan administrasi bulanan maupun jenis potongan lainnya, penyetoran awal minimal Rp. 20.000,- dan dikenakan biaya administrasi pembukaan rekening sebesar Rp. 5.000,- Penyetoran berikutnya minimal adalah Rp. 5,000,- dan untuk penarikan harus menyisakan

tabungan sebesar Rp. 10.000,-. Penyetoran dapat dilakukan kapan saja sesuai dengan jam kerja kantor sedangkan penarikan dapat dilakukan sesuai dengan akad perjanjian awal pembukaan rekening simpanan.

Sebelum diluncurkannya produk lain yang spesifik dengan akad tertentu maka simpanan sakinah ini dapat dimanfaatkan sebagai simpanan Aqiqah, Hari Raya, Wisuda dan lain-lain

Manfaat dan kelebihan

- a) Buku tabungan atas nama anak
 - b) Menata keuangan masa depan anak
 - c) Jangka waktu sesuai kebutuhan
 - d) Perubahan jangka waktu tidak dikenakan biaya
 - e) Setoran dapat disesuaikan dengan kemampuan
 - f) Fasilitas *autodebet* rekening ayah/bunda
 - g) Tanpa potongan biaya administrasi dan pajak bulanan.
 - h) Mendapat bagi hasil bulanan.
- 4) Simpanan Qurban

Produk simpanan ini dipersembahkan khusus bagi anda yang ingin menunaikan ibadah qurban agar berqurban terasa lebih ringan dengan berbagai pilihan jangka dan jumlah setoran bulanan yang dapat disesuaikan dengan keuangan anda.

BMT Amanah membuka produk “simpanan Qurban” dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Setoran awal ringan
- b) Tersedia jangka waktu dan setoran bulanan
- c) Pencairan dapat dipercepat atau ditunda (sesuai dengan hari raya idul adha)
- d) Bebas pajak dan potongan bulanan
- e) Fasilitas *autodebet* setoran bulanan
- f) Dapat ditarik tanpa ada pengendapan dana
- g) Dapat *souvenir* menarik

- h) Fasilitas pengadaan, perawatan, pengiriman dan pendistribusian hewan qurban
- i) Bekerjasama dengan lembaga zakat nasional BMH (bagi calon anggota berkenan untuk dibantu dalam pendistribusian).⁹

Tabel 4.1

Simulasi Simpanan Qurban

Tahun 2013		Tahun 2014	
Perk.harga	Setoran/bulan	Perk.harga	Setoran/bulan
2.500.000	208.000	3.175.000	132.000
2.222.500	186.000	2.822.500	118.000
1.905.000	159.000	2.420.000	101.000

(Sumber: BMT Amanah kudus)¹⁰

b. Produk- Produk Pembiayaan (*leanding*)

1) Pembiayaan Modal Usaha.

Penyaluran pembiayaan modal usaha dengan skema bagi hasil (*mudharabah*) antara BMT sebagai pemodal dengan calon anggota/anggota sebagai pelaksana usaha dengan nisbah/porsi bagi hasil sesuai dengan kesepakatan.

2) Pembiayaan Multi Barang.

Fasilitas pembiayaan dengan skema jual beli (*murabahah*) dimana BMT selaku penjual dan calon anggota/anggota selaku pembeli. Harga dasar dan margin keuntungan BMT di sepakati oleh kedua belah pihak di awal proses pembiayaan. Produk ini dapat diakses untuk memenuhi kebutuhan pembelian berbagai jenis barang investasi dan kebutuhan konsumsi.

3) Pembiayaan Sewa

Fasilitas pembiayaan ini yang dapat di akses oleh calon anggota/anggota dengan akad sewa di mana BMT mengalihkan hak

⁹ Dokumentasi BMT Amanah Kudus Diambil Pada 17 Mei 2017.

¹⁰ Dokumentasi BMT Amanah Kudus Diambil Pada 17 Mei 2017.

guna manfaat atas barang atau pekerjaan tertentu dalam jangka waktu tertentu dengan imbal jasa berupa ujroh atau upah yang di sepakati oleh kedua belah pihak. Selain ijarah juga tersedia akad *ijarah muntahiyah bit tamlik*, dengan skema pengalihan hak kepemilikan kepada calon anggota/anggota.setelah masa ijarah/sewa selesai.

- 4) Pembiayaan Motor Syariah yaitu pembiayaan sepeda motor berbasis syariah, dengan nilai tambah:
 - a) Sesuai syariah, bebas riba
 - b) DP ringan, dengan cicilan hingga 3 tahun.
 - c) Hadiah tanpa diundi hingga jutaan rupiah
 - d) Berasuransi syariah
 - e) BPKB aman tanpa dikenakan pinalti pelunasan.
 - f) Tersedia semua merek Honda dan Yamaha.¹¹

c. Arisan Ta'awun yaitu arisan sepeda motor yang memiliki *dorprize* di setiap pengundiannya, ketentuan dari arisan ini diantaranya adalah:

- 1) Pendaftaran Rp 25,000 sebagai pembukaan rekening di BMT Amanah
- 2) Setoran bulanan Rp 200.000 selama 60 bulan
- 3) Untuk mendapatkan sepeda motor, peserta mengikuti alelang ta'awun yang besarnya ditentukan oleh peserta sendiri yang diadakan setiap sabtu pecan ke-2 jam 10:00 wib pagi setiap bulan di kator BMT Amanah.
- 4) Dana lelang akan dipergunakan untuk pembelian sepeda motor dan mempercepat pelelanganya.
- 5) Peserta yang dinyatakan menang, berhak mendapatkan sepeda motor Honda beat CBS ISS senialai Rp 15.250.000 baru atas nama manajemen
- 6) Peserta dapat menarik dalam bentuk dana tunai dengan sarat menyerahkan agunan dengan nilai yag setara.

¹¹ www.bmtamanah.co.id Di Akses Pada 15 Mei 2017.

- 7) Anggaran arisan adalah Rp 16.000.000, dengan rincian harga sepeda motor Honda beat cbs iss senilai Rp 15.250.000, administrasi Rp 250.000, iuran selama arisan Rp 250.000.
 - 8) Disetiap lelang panitia juga melakukan pengindian doorprize.
 - 9) Peserta yang menyatakan pengunduran diri, uang arisan yang sudah dibayarkan akan dikembalikan pada akhir periode atau bila saldo dana mencukupi setelah dikurangi biaya administrasi.
 - 10) Pembayaran arisan maksimal tanggal 05 setiap bulan, dan bagi yang sudah menang tetapi bermasalah dengan pembayaran akan diselesaikan dengan cara kekeluargaan.
 - 11) Peserta sudah memahami sekaligus menyetujui persyaratan dan ketentuan yang berlaku.
- d. Layanan dan Jasa Keuangan
- 1) Tagihan layanan umum seperti: PLN, PAM Palyja, PAM, Bintoro, PAM, BSD, dan AETRA
 - 2) Isi ulang pulsa handphone seperti: Simpati, Kartu AS, XL, Prabayar, Mentari, StarOne, IM3, IM2, Fren, Esia, Flexi, Trendy, Smart, HEPI, 3, dan Axis.
 - 3) Tagihan telepon pasca bayar seperti: Telkom, Matrix, Kartu HALO, Xplor, Flexi, Fren, Esia, Smart, dan StarOne.
 - 4) Cicilan seperti: FIF, ACC, Toyota Astra Finance, Pratama Finance, Trihamas Finance, dan KITA Finance.
 - 5) Pembayaran zakat seperti: Wakaf Al-Qur'an. Baitul Maal Hidayatullah, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, UPS BMT AMANAH Syariah.
 - 6) Personal Loan seperti: KTA SCB, KTA HSBC, Pinjaman HSBC, KTA RBS/ABN AMRO, dan Personal Loan Citibank.
 - 7) Tranfer Online dan Realtime seperti :
 - a) Tranfer antar rekening BMT AMANAH
 - b) Tranfer online real time ke bank lain anggota jaringan ALTO, ATM Bersama dan Prima.

- c) Tagihan kartu kredit seperti: Amanah kartu kredit, semua kartu kredit Visa, Mastercard, Amex, dan JCB yang terbit di indonesia.
- d) Tiket pesawat terbang seperti: Garuda indonesia, Citilink-Garuda indonesia, Air Asia, Mandala, Lion Air dan Voltras.
- e) Biaya pendidikan seperti: Universitas Indonesia, Al Azhar Syifa Budi, Al-Azhar, BPK Penabur, PAHOA, Kairos Gracia, Santa Angela Bandung, UKSW, UNS, UNAKI, Universitas Parahyangan.
- f) Tagihan internet dan TV berlangganan seperti: Telkom Speedy, CBN, I-PAY dan Indovision.
- g) Asuransi seperti: Prudential, Allianz, SIGNA, Manulife, Sequislife, Commonwealth life, Equity life, Asuransi Astra Buana, Takaful Keluarga, ACE life Assurance.¹²

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Implementasi Dari Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) di BMT Amanah Kudus

a. Mengumpulkan Data Pelanggan

Aplikasi dari strategi *customer relationship management* (CRM) yang dilakukan oleh BMT Amanah kudus diantaranya adalah dengan mengumpulkan data pelanggan yang didapatkan saat pengisian formulir pengajuan anggota ketika calon nasabah melakukan pendaftaran dalam pengajuan pembiayaan atau penggunaan produk simpanan yang ada di BMT Amanah.

Formulir tersebut berisikan mengenai data nasabah terkait dengan nama, alamat, no rekening, pekerjaan, nomor telephon nasabah. Kemudian data yang telah didapat tersebut diberikan kepada *customer service* untuk diolah di sistem *data base* nasabah atau *software* yang disebut dengan SIMKO Syariah, untuk diolah dan

¹²Dokumentasi BMT Amanah Kudus Diambil Pada 17 Mei 2017.

dipergunakan dalam pengambilan keputusan, atau menentukan program selanjutnya.

*“Kita sudah pernah mengupgrade sistem atau teknologi yang kita gunakan dalam olah data nasabah atau sistem data keuangan, dulu kita menggunakan software yang dibuat oleh seorang pakar IT di Kudus, namun sekarang sudah kita upgrade menggunakan SIMKO syariah yang di upgrade oleh kawan-kawan dari pati yang kualifikasinya lebih tinggi dari yang pertama. Dengan adanya teknologi olah data keuangan ini kita mendapatkan banyak kemudahan dalam input, dalam transaksi-transaksi, penyajian laporan, perhitungan bagi hasil, dan lain sebagainya, seperti itu”.*¹³

b. Analisis Data Pelanggan dan Identifikasi Pelanggan Sasaran

Data nasabah yang sudah didapat akan dikumpulkan dan langsung di input kedalam sistem database nasabah di BMT Amanah, yang data tersebut dapat menjadi informasi rujukan dan dimanfaatkan dalam perencanaan, pengembangan program nasabah. Target *market* utama dari BMT Amanah adalah kepada masyarakat yang mempunyai usaha mikro untuk menyalurkan pembiayaan yang lebih produktif.

c. Pengembangan Program *Customer Relationship Management* (CRM)

Setiap hari sebelum operasional dimulai BMT amanah melakukan rapat koordinasi dengan semua karyawan untuk melakukan evaluasi kerja dan setiap bulanya akan dilakukan evaluasi kerja terkait dengan program-program yang sedang dijalankan.

Program-program pelanggan yang telah dibuat oleh BMT Amanah diantaranya adalah, mengadakan *gathering*, buka bersama, halal bihalal bersama, dan dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang lain, seperti lomba-lomba contohnya adalah BMT Amanah CUP dalam kejuaraan *badminton*, ada juga *futsal* Amanah cup, dan beberapa

¹³ Wawancara Dengan Bapak Saiful Anwar Selaku Manajer Umum Dari BMT Amanah Kudus Pada 15 Mei 2017

perlombaan yang lain, hal ini disampaikan ketika wawancara peneliti dengan manajer umum BMT Amanah Kudus.

*“Biasanya kita juga adakan gathering, buka bersama, halal bihalal bersama, dan dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang lain, seperti lomba-lomba seperti BMT Amanah CUP dalam kejuaraan badminton, ada juga futsal amanah cup untuk olahraga futsal, dan beberapa perlombaan yang lain”.*¹⁴

Selain itu di tahun 2017 ini BMT Amanah sudah merencanakan untuk merencanakan untuk membuat MKU (membangun keluarga utama) program ini semacam membuat majlis-majlis MKU, dan kami targetkan di tahun ini kami memmbuat minimal 3 program MKU atau 3 kelompok nasabah yang nanti dibina, kemudian ditingkatkan kualitas kemampuan pengelolaan usahanya kemudian diikutkan kajian-kajian atau pengajian dan lain sebagainya, sehingga orientasinya BMT itu tidak hanya uang-uang tetapi juga dakwah, membangun keluarga yang sehat secara *financial*, emosional, spiritual, sehat lingkungan, pendidikan dan lain sebagainya.

*“Di tahun 2017 ini kami sudah merencanakan untuk membuat MKU (membangun keluarga utama) program ini semacam membuat majlis-majlis MKU, dan kami targetkan di tahun ini kami memmbuat minimal 3 program MKU atau 3 kelompok nasabah yang nanti dibina, kemudian ditingkatkan kualitas kemampuan pengelolaan usahanya kemudian diikutkan kajian-kajian atau pengajian dan lain sebagainya, sehingga orientasinya BMT itu tidak hanya uang-uang tetapi juga dakwah, embangun keluarga yang sehat secara *financial*, emosional, spiritual, sehat lingkungan, pendidikan dan lain sebagainya”*¹⁵.

d. Implementasi *Cutomer Relationship Management* (CRM)

Tahap terakhir adalah mengimplementasikan program *customer relationship management* (CRM). Dalam mengimplementasikan program pelanggan, tujuan-tujuan yang sudah

¹⁴ Wawancara Dengan Bapak Saiful Anwar Selaku Manajer Umum Dari BMT Amanah Kudus Pada 15 Mei 2017.

¹⁵ Wawancara Dengan Bapak Saiful Anwar Selaku Manajer Umum Dari BMT Amanah Kudus Pada 15 Mei 2017

dibuat harus dilaksanakan serta dibutuhkan fokus terhadap segala program yang sudah disusun. Dibutuhkan kerja sama antar divisi atau bagian yang merupakan pondasi agar aplikasi *customer relationship management* (CRM) dapat berjalan dengan efektif untuk memaksimalkan terciptanya loyalitas pelanggan.

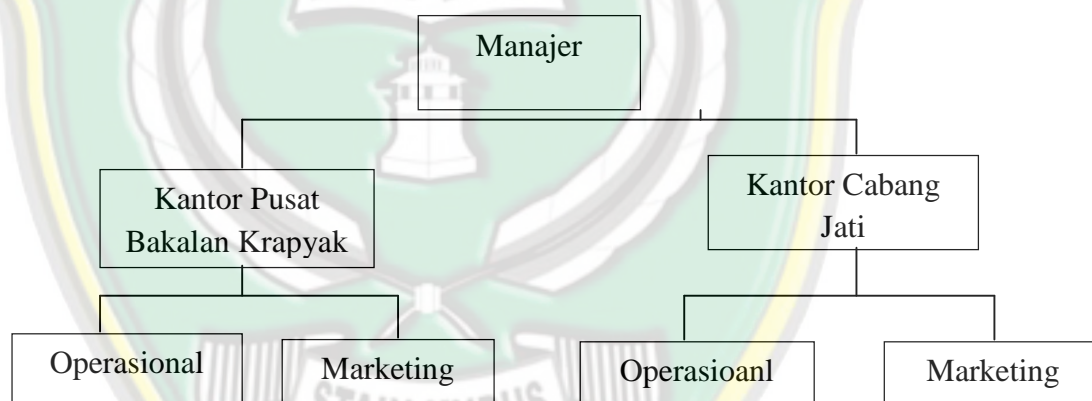
1) Tiga Tataran *Customer Relationship Management* (CRM)

a. *Customer Relationship Management* (CRM) Strategis .

(a) Dalam implementasi CRM strategis BMT Amanah kudus mempunyai struktur organisasi pelayanan yang terdiri dari Manajemen Operasional dan bagian Manajemen Pemasaran.

Gambar 4.2

Struktur organisasi pelayanan di BMT Amanah kudus



(Sumber: BMT Amanah kudus)¹⁶

(b) Kerjasama Lintas Manajemen

Kerjasama lintas Manajemen yang dilakukan di BMT Amanah dilakukan dengan kordinasi dan dengan memaksimalkan pelayanan sesuai *job description* dan dilaksanakan sesuai dengan standar operasioanal prosedur (SOP).

(c) Budaya Organisasi

¹⁶ Dokumentasi BMT Amanah Kudus Diambil Pada 17 Mei 2017.

Untuk memberikan pelayanan maksimal kepada para nasabah BMT Amanah selalu memegang budaya organisasi yang disebut dengan “AHLUSORGA” BMT Amanah yaitu: singkatan dari

A : *Add Values* (Menambah Nilai), Kami hadir untuk member manfaat terbaik dan menambah nilai kepada seluruh *stake holder*.

H : *High Performance* (Berkinerja Tinggi), Kami bekerja dan melaani dengan strategi, proaktif, kreatif dan inovatif untuk menemukan cara terbaik dan menghasilkan karya terbaik.

L : *Learn, Grow and Fun* (selalu belajar, Mengembangkan diri & Menuntaskan Tugas Dan Bersemangat)

I : *Integrity And Commitment* (Amanah dan Berkomitmen), Kami selalu siap untuk berkomitmen dan berpartisipasi memberikan hasil yang terbaik.

S : *Syar'ie* (Menegakkan Syariah), Ikhtiar kami karena Allah dan kami mengharap ridho Allah

O : *Optimist Visionary* (Optimis Menata Masa Depan), Kami selalu Berfikir Besar, Bermimpi Besar Dan Bertindak Besar untuk hadirnya pertolongan Allah dalam mewujudkan kebaikan.

R : *Respect Others* (Mengormati dan Menghargai Orang Lain), Untuk sebuah keberhasilan, kami selalu saling menghargai, terbuka dan membantu.

G : *Go Extra Miles* (Melakukan sesuatu melebihi standart), Kami berusaha menjadi AHLI SORGA dengan bersungguh-sungguh melakukan sesuatu yang melebihi standard yang diberikan rata-rata orang lain

A : *Abundance And Grateful* (Keberlimpahan dan Bersyukur), Keberlimpahan adalah tujuan kami, selalu bersyukur dan berbagi adalah cara kami.

Yang bertujuan untuk memberikan spirit kepada teman-teman di lapangan untuk memberikan nilai tambah dalam membangun hubungan dengan nasabah, yaitu *respect others* semua kelebihan semua kekurangan untuk itu kita akan saling menghormati dan saling menghargai.

b. *Customer Relationship Management* (CRM) Operasioanal

CRM operasioanal lebih terfokus pada otomatisasi cara-cara perusahaan dalam berhubunga dengan pelanggan. Dalam hal ini BMT Amanah juga melakukan otomatisasi pemasaran dan pelayanan yang akan dijelaskan sebagai berikut:

(1) Otomatisasi Pemasaran

Dalam Otomatisasi pemasaran di BMT Amanah memanfaatkan teknologi dalam proses-proses pemasaran. Selain itu BMT dalam hal Strategi pemasaran BMT Amanah menggunakan bauran pemasaran yaitu . dengan cara memberikan penawaran yang menarik perhatian anggota untuk bergabung dan meningkatkan saldo tabungan, Selain itu juga dilakukan dengan memberikan dorongan informasi dan dorongan kepada masyarakat untuk menciptakan kepercayaan pada calon anggota dan semangat kepada masyarakat agar mau bergabung menjadi anggota BMT Amanah.

Dalam melakukan promosi dilakukan dengan pembuatan brosur, pamflet, banner, spanduk dan juga dilakukan melalui media online seperti, : Facebook, Website BMT Amanah. Bagi BMT, promosi penjualan dilakukan melalui : membuat promosi undian hadiah yang bertakjub “Gebyar Hadiah BMT Amanah” bagi setiap

nasabah yang memiliki saldo mulai diatas Rp. 100.000 , dengan hadiah-hadiah yang dapat menarik minat nasabah, Pemberian bagi hasil dan bonus, Pemberian insentif kepada nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu, Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada semua anggota yang loyal.

(2) Otomatisasi Layanan

Dengan dukungan otomatisasi layanan perusahaan dapat menjalankan fungsi pelayanan terhadap pelanggan dengan baik. Selain menggunakan layanan tatap muka secara langsung di kantor BMT amanah juga melakukan strategi “jemput bola” dimana nasabah yang berhalangan untuk datang kekantor dapat memanfaatkan layanan SMS atau *call* melalui *smart officer* maka pihak BMT Amanah akan mendatangi langsung rumah nasabah.

Selain itu juga BMT Amanah kudus memberikan layanan informasi secara *online* contohnya adalah layanan *SMS Banking*, dimana nasabah tidak perlu datang ke BMT, jika ingin mengetahui jumlah saldo, informasi transaksi, cek pembiayaan, nasabah cukup hanya melakukan SMS ke nomor *center* atau *call center* yang telah disediakan.

Gambar 4.3

Contoh Layanan SMS Banking BMT Amanah



Selain itu BMT juga memberikan layanan “Jemput Bola” dimana jika nasabah ingin melakukan angsuran pembiayaan atau simpanan nasabah dapat menghubungi *smart officer* di nomor yang disediakan, maka pihak pegawai BMT akan datang kerumah nasabah..

c. *Customer Relationship Management (CRM) Analitis*

BMT Amanah menggunakan teknologi atau *software* dalam sistem database yang dinamai dengan SIMKO, data ini diperoleh dari form pendaftaran anggota. Didalam database tersebut BMT Amanah dapat mengetahui berbagai informasi mengenai para nasabahnya, sehingga dengan begitu pihak BMT dapat membuat atau merancang program-program pelanggan sebagai strategi dalam membina hubungan dengan para pelangganya secara personal.

2. Upaya BMT Amanah Kudus Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui *Strategi Customer Relationship Management (CRM)*.

Kesetiaan dan loyalitas nasabah dapat dipertahakan salah satunya melalui implementasi *customer relationship management (CRM)*, yang berarti menjaga hubungan dengan pelanggan, memberikan pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam membina hubungan baik dengan nasabah dalam jangka panjang. *Customer relationship management (CRM)* merupakan suatu proses mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan dan memerlukan suatu fokus yang jelas terhadap atribut suatu jasa yang dapat menghasilkan nilai kepada pelanggan.

Dengan jumlah nasabah yang begitu banyak, membuat BMT Amanah Kudus perlu sebuah strategi untuk mempertahankannya. Berikut adalah data nasabah BMT Amanah tiga tahun terakhir.

Table 4.2
Data Jumlah Nasabah BMT Amanah kudus

Tahun	Jumlah Nasabah Simpanan	Jumlah Nasabah Pembiayaan
2014	1143	358
2015	1427	339
2016	1636	269

(Sumber: BMT Amanah kudus)

Diantara yang dilakukan BMT Amanah dalam upaya mempertahankan loyalitas nasabah melalui strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dengan melakukan beberapa upaya Strategis, dalam hal ini , strategi terfokus pada upaya mengembangkan kultur usaha yang berorientasi pada pelanggan atau *customer-centric* kultur ini ditujukan untuk menjaga loyalitas mereka dengan menciptakan serta memberikan nilai bagi pelanggan, dalam hal tersebut BMT Amanah melakukan beberapa upaya diantaranya adalah:

a. Memberikan Pelayanan Maksimal

BMT Amanah kudus selalu berkomitmen dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah hal ini tercantum pada standar operasional prosedur (SOP) mengenai *servis point* yang diberikan BMT Amanah kudus.

BMT Amanah Kudus selalu memberikan sambutan senyum, salam, sapa yang hangat kepada setiap nasabah yang dilayani. BMT melayani dengan penuh kenyamanan hal ini dilakukan BMT amanah dengan mendesain ruang kantor pelayanan ber AC, bersih indah dan wangi demi kenyamanan para pelanggan yang datang. Dalam wawancara dengan Manajer BMT Amanah kudus mengungkapkan bahwa pihaknya dalam rangka mempertahankan nasabah dalam kaitanya dengan strategi *Customer Relationship Management* (CRM)

salah satunya dengan melakukan upaya strategis dengan meningkatkan kualitas pelayanan dengan meningkatkan kemampuan karyawan melalui diklat, *training* dan mengundang beberapa tenaga ahli dibidang *service* pelayanan untuk memberikan *sharing* terkait dengan bagaimana mengoptimalkan *service* atau layanan yang terbaik untuk nasabah.

“kita lakukan upgrading kemampuan SDI pegawai itu dengan beberapa upaya, yang pertama, diklat dalam bentuk training, sertifikasi di masing-masing job dan jabatan, manajer ada diklat, training. marketing ada diklat dan training, dan pengembangan untuk marketing, begitupun di operasioanl lain kita mengundang tenaga ahli dibidang service pelayanan untuk memberikan sharing terkait dengan bagaimana mengoptimalkan service atau layanan yang terbaik”¹⁷

b. Membuat Program Untuk Menciptakan Nilai Tambah

Dalam memberikan kepuasan kepada nasabah sebagai upaya dalam menciptakan loyalitas nasabah melalui *Strategi Customer Relationship Management (CRM)*, BMT Amanah kudus secara berkala melakukan beberapa inovasi dalam menciptakan nilai tambah kepada para nasabahnya, diantaranya adalah dengan membuat promosi undian hadiah yang bertakjub “Gebyar Hadiah BMT Amanah” bagi setiap nasabah yang memiliki saldo mulai diatas Rp. 100.000 , dengan hadiah-hadiah yang dapat menarik minat nasabah, Pemberian bagi hasil dan bonus, Pemberian insentif kepada nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu, Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada setiap anggota yang loyal.

c. Menciptakan Ikatan Sosial Dan Struktural

BMT Amanah Kudus berupaya untuk melayani setiap nasabah yang datang untuk berkonsultasi dan memberikan solusi khususnya pada nasabah produk pembiayaan, selain itu BMT kedepan BMT

¹⁷ Wawancara Dengan Bapak Saiful Anwar Selaku Manajer Umum Dari BMT Amanah Kudus Pada 15 Mei 2017.

Amanah berencana untuk mengadakan seminar atau pelatihan bagi nasabah pembiayaan yang memiliki usaha, dalam rangka untuk meningkatkan kemampuan nasabah dalam pengelolaan usaha.

Selain itu BMT Amanah Kudus juga sering mengadakan juga adakan *gathering*, buka bersama, halal bihalal bersama, dan dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang lain, seperti lomba-lomba seperti BMT Amanah CUP dalam kejuaraan badminton, ada juga *futsal* amanah cup untuk olahraga *futsal*, dan beberapa perlombaan yang lain, hal ini dilakukan untuk lebih mendekatkan diri kepada nasabah. Seperti yang dikemukakan oleh manajer BMT Amanah Kudus

“Biasanya kita juga adakan gathering, buka bersama, halal bihalal bersama, dan dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang lain, seperti lomba-lomba seperti BMT Amanah Cup dalam kejuaraan Badminton, ada juga Futsal Amanah Cup untuk olahraga futsal, dan beberapa perlombaan yang lain.”

d. Membina Komitmen dan Kepercayaan Nasabah

BMT Amanah Kudus selalu berkomitmen dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah, hal ini tercantum pada standar operasional prosedur (SOP) BMT Amanah, hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan nasabah kepada BMT Amanah Kudus.

Dari penelitian yang didapatkan dari 6 informan yang peneliti wawancarai nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kepada BMT Amanah seperti yang diungkapkan oleh salah satu nasabah

“Sudah sangat puas, karena nabung disini aman, kadang juga bisa klau nabung bisa dijemput dirumah dan juga ada layanan SMS banking yang cukup memudahkan dalam memantau rekening tabungan”.

Selain itu dari 6 informan nasabah yang kami teliti 5 telah memenuhi unsur loyalitas yaitu Melakukan pembelian secara teratur, Melakukan pembelian lebih dari satu produk, merekomendasikan

produk kepada orang lain, dan Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.¹⁸

C. Analisis Dan Pembahasan Hasil Penelitian

1. Analisis Implementasi Dari Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) di BMT Amanah Kudus

Secara umum *Customer relationship management* (CRM) merupakan suatu proses mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan melalui informasi rinci tentang pelanggan perorangan dan semua titik kontak pelanggan perorangan yang memerlukan suatu fokus yang jelas terhadap atribut suatu jasa yang dapat menghasilkan nilai kepada pelanggan, sehingga dapat menghasilkan loyalitas. *Customer relationship management* bukanlah suatu konsep atau proyek, melainkan suatu strategi bisnis yang bertujuan untuk memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan yang ada dan pelanggan potensial dari suatu organisasi.

Dalam penerapan strategi implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) ada empat faktor pendukung yang menentukan keberhasilan dari strategi CRM yaitu: teknologi (teknologi yang mendorong CRM), orang (keahlian, kemampuan dan sikap dari orang yang mengatur CRM), proses (proses yang digunakan perusahaan dalam mengakses dan berinteraksi dengan pelanggan dalam menciptakan nilai baru dan kepuasan), pengetahuan dan pemahaman (pendekatan yang digunakan perusahaan untuk menambah nilai pada data konsumen sehingga mereka memperoleh pengetahuan dan pemahaman yang diperlukan untuk memperdalam suatu hubungan).

Dalam Manajemen hubungan pelanggan (CRM) memungkinkan perusahaan menyediakan layanan pelanggan *real-time* yang sempurna melalui penggunaan informasi akun perorangan yang efektif. Berdasarkan apa yang mereka ketahui tentang setiap pelanggan yang

¹⁸ Wawancara Dengan naasabah BMT Amanah Kudus Pada 18 Mei 2017.

efektif. Berdasarkan apa yang mereka ketahui tentang setiap pelanggan yang dinilai, perusahaan dapat menyesuaikan penawaran pasar, layanan, program, pesan, dan media. CRM penting karena pendorong utama profitabilitas perusahaan dan nilai kolektif basis pelanggan perusahaan.¹⁹

Dalam proses aplikasi dari strategi *customer relationship management* (CRM) BMT Amanah kudus diantaranya dilakukan dengan mengumpulkan data pelanggan melalui pengisian formulir pengajuan anggota. Sementara itu dalam mengolah dan menyimpan data pelanggan BMT Amanah menggunakan sistem komputerisasi dengan memanfaatkan *software* SIMKO Syariah yang selalu diperbarui hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas data dan fitur yang lebih baik.

Selanjutnya adalah melakukan Analisis data pelanggan dan identifikasi pelanggan sasaran, dalam menganalisa pelanggan BMT Amanah menganalisa data nasabah yang sudah didapat dan mengumpulkan data tersebut kedalam sistem database nasabah di BMT Amanah, yang kemudian data tersebut dapat menjadi informasi rujukan dalam perencanaan, pengembangan program nasabah untuk membangun loyalitas nasabah.

Dalam hal pelayanan, BMT Amanah tidak melakukan pengelompokan nasabah karena di dalam visinya BMT Amanah selalu berkomitmen dalam pemberian pelayanan penuh kepada semua nasabahnya tanpa terkecuali. Dalam upaya membangun hubungan dengan nasabah BMT Amanah telah membuat program-program yang berorientasi kepada nasabah diantaranya adalah, mengadakan *gathering*, buka bersama, halal bihalal bersama, dan dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang lain, seperti lomba-lomba contohnya adalah BMT Amanah CUP dalam kejuaraan *badminton*, ada juga *futsal* Amanah cup, dan beberapa perlombaan yang lain.

BMT Amanah juga secara rutin melakukan evaluasi program *customer relationship management* (CRM) diantaranya dengan melakukan

¹⁹ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Op.Cit*, Hal. 150

diskusi dengan manajer , baik itu dengan manajer operasioanl maupun dengan manajer *marketing*/pemasaran dan hasilnya akan hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah. Selain itu dalam melakukan pengembangan program *customer relationship management* (CRM ditahun 2017 ini BMT Amanah merencanakan untuk untuk membuat MKU (membangun keluarga utama) program ini semacam membuat majlis-majlis MKU.

Tahap terakhir adalah mengimplementasikan program *customer relationship management* (CRM). Dalam mengimplementasikan program pelanggan, tujuan-tujuan yang sudah dibuat harus dilaksanakan serta dibutuhkan fokus terhadap segala program yang sudah disusun. Dibutuhkan kerja sama antar divisi atau bagian yang merupakan pondasi agar aplikasi *customer relationship management* (CRM) dapat berjalan dengan efektif sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

Dalam buku karangan Francis Buttle menyebutkan bahwa dalam *Customer Relationship Management* (CRM) ada 3 tataran CRM yang dapat dikaji diantaranya adalah: CRM strategis, CRM operasional dan CRM analitis, dalam penerapannya *Customer Relationship Management* (CRM) yang di terapkan di BMT Amanah adalah:

a. *Customer Relationship Management* (CRM) Strategis

CRM strategi bertujuan untuk membangun sebuah perusahaan yang dirancang untuk menciptakan dan menyampaikan nilai pelanggan secara maksimal dan lebih baik dibandingkan dengan para pesaing. CRM strategis mencakup.

(1) Struktur Organisasi

Dalam struktur organisasi BMT Amanah sudah memisahkan antara Bagian Manajemen Operasional dan bagian Manajemen Pemasaran adapun fungsi dari kedua manajemen tersebut adalah: Dalam manajemen operasionalnya memiliki Manajer yang masing-masing bertugas sesuai dengan *job descriptionnya*.

(2) Pengendalian Kantor Cabang

Manajemen operasional kantor pusat memberikan wewenang ke kantor cabang untuk menjalankan kegiatan operasionalnya. Kegiatan operasional yang dilakukan karyawan cabang, kantor cabang Jati harus sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan oleh kepala cabang. Misalnya: cabang Jati memiliki wilayah operasional dalam produk-produknya di sekitar kecamatan jati, undaan dan sekitarnya. Apabila dalam menjalankan kegiatan operasionalnya terdapat masalah maka kepala cabang mengadakan konfirmasi ke jajaran manajemen operasional. Setelah itu melalui kepala cabang yang bersangkutan sesuai dengan letak masalah atau kendala yang dihadapi menindak lanjuti instruksi dan bersama dengan jajaran manajemen operasional mencari solusi nyata untuk mengatasinya.

Sedangkan manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta menyalurkan gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi. Bagaimana agar suatu produk dapat berhasil dipasarkan dan dibutuhkan taktik pemasar yang baik dan matang sehingga produk yang dilemparkan di pasar diminati oleh para konsumen. sehingga keputusan yang diambil perusahaan dalam menghadapi persaingan sering kali ditekankan pada hubungan antar lembaga dengan lingkungan bisnisnya yang meliputi pesaing (*competity*), pelanggan (*costumer*), dan perubahan kondisi eksternal (*change*).

(3) Kerjasama Lintas Manajemen

Kerjasama lintas Manajemen yang dilakukan di BMT Amanah dilakukan dengan kordinasi dan dengan memaksimalkan pelayanan sesuai *job description* dan dilaksanakan sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP).

(4) Budaya Organisasi

budaya organisasi yang kada di BMT Amanah adalah “AHLUSURGA” BMT Amanah yaitu: singkatan dari hal ini bertujuan untuk memberikan *spirit* kepada teman-teman di lapangan untuk memberikan nilai tambah dalam membangun hubungan dengan nasabah, yaitu *respect others* semua kelebihan semua kekurangan untuk itu kita akan saling menghormati dan saling menghargai.

b. *Customer Relationship Management* (CRM) Operasioanl

CRM operasioanal lebih terfokus pada otomatisasi cara-cara perusahaan dalam berhubungan dengan pelanggan. Dalam hal ini BMT Amanah juga melakukan otomatisasi pemasaran dan pelayanan yang akan dijelaskan sebagai berikut:

(1) Otomatisasi Pemasaran

Dalam Otomatisasi pemasaran di BMT Amanah memanfaatkan teknologi dalam-proses-proses pemasaran. Selain itu BMT dalam hal Strategi pemasaran BMT Amanah menggunakan bauran pemasaran yaitu . dengan cara memberikan penawaran yang menarik perhatian anggota untuk bergabung dan meningkatkan saldo tabungan, Selain itu juga dilakukan dengan memberikan dorongan informasi dan dorongan kepada masyarakat untuk menciptakan kepercayaan pada calon anggota dan semangat kepada masyarakat agar mau bergabung menjadi anggota BMT Amanah.

Dalam melakukan promosi dilakukan dengan pembuatan brosur, pamflet, banner, spanduk dan juga dilakukan melalui media online seperti, : Facebook, Website BMT Amanah. Bagi BMT, promosi penjualan dilakukan melalui : membuat promosi undian berhadiah yang bertakjub “Gebyar Hadiah BMT Amanah” bagi setiap nasabah yang memiliki saldo mulai diatas Rp. 100.000 , dengan hadiah-hadiah yang dapat menarik minat nasabah,

Pemberian bagi hasil dan bonus, Pemberian insentif kepada nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu, Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada semua anggota yang loyal.

(2) Otomatisasi Layanan

Dengan dukungan otomatisasi layanan perusahaan dapat menjalankan fungsi pelayanan terhadap pelanggan dengan baik. Selain menggunakan layanan tatap muka secara langsung. BMT Amanah kudus memberikan layanan informasi secara *online* contohnya adalah layanan *SMS Banking*, dimana nasabah tidak perlu datang ke BMT, jika ingin mengetahui jumlah saldo, informasi transaksi, cek pembiayaan, nasabah cukup hanya melakukan SMS ke nomor *center* atau *call center* yang telah disediakan.

Selain itu BMT juga memberikan layanan “Jemput Bola” dimana jika nasabah ingin melakukan angsuran pembiayaan atau simpanan nasabah dapat menghubungi *smart officer* di nomor yang disediakan, maka pihak pegawai BMT akan datang kerumah nasabah..

c. *Customer Relationship Management* (CRM) Analitis

BMT Amanah menggunakan teknologi atau *software* dalam sistem database yang dinamai dengan SIMKO, data ini diperoleh dari form pendaftaran anggota. Didalam database tersebut BMT Amanah dapat mengetahui berbagai informasi mengenai para nasabahnya, sehingga dengan begitu pihak BMT dapat membuat atau merancang program-program pelanggan sebagai strategi dalam membina hubungan dengan para pelanggannya secara personal.

2. Analisis Upaya Yang Dilakukan BMT Amanah Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui *Strategi Customer Relationship Management* (CRM)

Loyalitas pelanggan dapat diciptakan tetapi tentunya suatu organisasi harus bekerja sama untuk itu dengan menciptakan suatu

hubungan antara perusahaan dengan pelangganya melalui pemberian manfaat antara kedua pihak. *Customer Relationship Management (CRM)* dalam kaitanya dengan loyalitas pelanggan adalah hasil yang didapat dari suatu organisasi yang menciptakan manfaat untuk para pelangganya sehingga mereka akan melakukan pembelian dari organisasi tersebut.

Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk memilih nilai organisasi yang ditawarkan di atas alternatif tawaran organisasi pesaing. Loyalitas pelanggan juga menunjukkan kecenderungan organisasi mendapatkan hasil imbalan dari pilihan berkelanjutan pelanggan atas tawaran tertentu. Dengan tingkat loyalitas yang diprediksi akan memperoleh suatu asumsi atas nilai waktu kehidupan pelanggan atau "lifetime customer value".²⁰

Loyalitas akan berlanjut hanya sepanjang pelanggan merasakan bahwa ia menerima nilai yang baik (termasuk kualitas yang lebih tinggi dalam kaitanya dengan harga) dibandingkan dengan yang dapat diperoleh dengan beralih ke penyedia jasa lain. Pangsa pasar pesaing di pihak lain, untuk memasuki pasar baru jika perusahaan pertama tersebut melakukan sesuatu yang mengecewakan pelanggan atau jika pesaing mulai menawarkan nilai yang jauh lebih baik, risikonya ialah bahwa pelanggan tersebut akan menyeberang.²¹

Dengan loyalitas yang diperkuat dengan komitmen di antara organisasi dan pelanggan akan lebih meningkatkan hubungan yang lebih dekat dalam penjaminan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Alur jalan kepuasan dan loyalitas di antara pelanggan yang ada akan menunjukkan arah hasil inti pelanggan di dalam proses analisis internal. Suatu ukuran loyalitas pelanggan haruslah mencakup unsur-unsur kepuasan dan retensi pelanggan.

Seperti yang dikemukakan oleh Griffin ada beberapa cara agar perusahaan bisa mempertahankan pelanggan yang pertama, adalah dengan

²⁰ Sofjan Assauri, *Op.Cit*, Hal. 15

²¹ Cristhoper, *Op.Cit*, Hal.134

melakukan riset terhadap pelanggan hal ini dilakukan untuk lebih memahamai apa keinginan dari pelanggan, kedua, Membangun hambatan agar pelanggan tidak berpindah. Ketiga, Melatih dan memodiikasi staf untuk loyal seperti, memberikan pelatihan, pemberian informasi dukungan dan imbalan. Dan keempat, Pemasaran loyalitas baik dengan pemasaran hubungan, frekuensi maupun pemasaran melauai keanggotaan atau *member*.²²

Dalam upaya mempertahankan nasabah melalui strategi *customer relationship management* (CRM) BMT Amanah Kudus berupaya memberikan pelayanan maksimal kepada nasabah melalui peningkatan kualitas karyawan dalam upaya memberikan pelayanan kepada nasabah, selain itu BMT Amanah kudus juga selalu berkomitmen dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabah hal ini tercantum pada standar operasional prosedur (SOP) mengenai *servis point* yang diberikan BMT Amanah kudus.

Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan sebagai wujud strategi dalam mempertahankan nasabah melalui strategi *Customer Relationship Management* (CRM) BMT Amanah melakukan beberapa langkah strategis (CRM) , diantaranya adalah

1. Meningkatkan kuitas SDM yang dimiliki, hal ini dilakukan dengan meningkatkan kemampuan karyawan diantaranya adalah dengan cara mengadakan diklat, *training* selain itu juga mengundang beberapa tenaga ahli dibidang *service* pelayanan untuk memberikan *sharing* kepada para karyawan BMT Amanah terkait dengan bagaimana mengoptimalkan *service* atau layanan yang terbaik kepada para nasabah.
2. Melakukan inovasi dalam menciptakan nilai tambah kepada para nasabahnya, diantaranya adalah dengan melakukan pemasaran penjualan dengan membuat promosi undian hadiah yang bertakjub “Gebyar Hadiah BMT Amanah” bagi setiap nasabah yang memiliki

²² Etta Mamang Sangadji Dan Sopiah, *Op.Cit*, Hal. 112

saldo mulai diatas Rp. 100.000 , dengan hadiah-hadiah yang dapat menarik minat nasabah, Pemberian bagi hasil dan bonus, Pemberian insentif kepada nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu, Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada anggota yang loyal.

3. Mengadakan acara *gathering* bersama para nasabah, dan juga dalam bentuk kegiatan-kegiatan yang lain, seperti membuat event perlombaan BMT Amanah CUP dalam kejuaraan *badminton* ataupun *futsal* Amanah cup dan beberapa perlombaan yang lain, hal ini dilakukan untuk lebih mendekatkan diri antara pihak BMT Amanah Kudus dengan para nasabah.
4. Menyediakan layanan untuk saran atau keluhan dari nasabah BMT Amanah dengan menyediakan layanan keluhan pelanggan melalui sistem layanan pelanggan yang disediakan oleh pihak BMT Amanah Kudus baik melalui *call center* dan *SMS office* yang dikelola oleh *smart officer*.
5. Menyediakan layanan komunikasi dan informasi pelanggan baik melalui SMS *banking*, website di www.bmtamanah.co.id, maupun melalui media sosial seperti *facebook*.

Untuk pemasaran loyalitas terkait dengan pemasaran keanggotaan atau *membership marketing* BMT Amanah kudus belum nmenerapkannya tetapi di tahun 2017 ini BMT Amanah sudah merencanakan untuk membuat sejenis *membership* yang dinamai dengan MKU (membangun keluarga utama) program ini semacam membuat majlis-majlis MKU, yang di tahun ini ditargetkan membuat 3 jenis kelompok nasabah yang selanjutnya nanti akan dibina, kemudian ditingkatkan kualitas kemampuan pengelolaan usaha khususnya bagi nasabah yang memiliki usaha hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan usaha yang dimiliki oleh nasabah. Selain itu dalam sistem pengelolann nasabah terkait dengan riset pelanggan BMT Amanah belum secara penuh melakukan riset, hal ini dikarenakan terbatasnya sumber daya teknologi yang dimiliki BMT

Amanah Kudus dan terbatasnya SDM yang dimiliki dalam sistem riset dan pengelolaan pelanggan.

