

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Penerapan *Customer Relationship Manajement (CRM)* Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus: PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek)**” yang disusun oleh **Amelia Zulherni, Nim 3321288**. Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Latar belakang penelitian ini yaitu penerapan *Customer Relationship Manajement (CRM)* yang bagaimana dilakukan agar bisa mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk penerapan *Customer Relationship Manajement (CRM)* dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah pada PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek, apa kendala BPRS Haji Miskin Pandai Sikek dalam mengembangkan CRM dan langkah BPRS Haji Miskin Pandai Sikek memaksimalkan CRM dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Untuk pemecahan masalah pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi yang kemudian di analisis dengan metode deskriptif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah penerapan *Customer Relationship Manajemet (CRM)* yang dilakukan BPRS Haji Miskin Pandai Sikek melalui tiga komponen yaitu *people* (orang), *process* (proses) dan *technology* (teknologi). Kendala yang dihadapi dalam mengembangkan CRM berasal dari faktor internal yaitu sumber daya manusia (SDM) dan teknologi. Langkah untuk memaksimalkan CRM dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu dengan dua cara pada *operational CRM* yang memberikan pelayanan terfokus pada pelanggan kemudian dengan *collaborative CRM* antara BPRS dengan pelanggan untuk memberikan pengalaman nasabah yang optimal dan responsive terhadap kebutuhan pasar.

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