

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa memerlukan pola pengaturan pengolahan sumber-sumber ekonomi yang tersedia secara terarah, serta dimanfaatkan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Lembaga - lembaga perekonomian bahu-membahu mengelola semua potensi ekonomi agar berdaya dan berhasilguna secara optimal. Lembaga keuangan, khususnya lembaga perbankan mempunyai peranan yang amat strategis dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara.

Perbankan merupakan urat nadi perekonomian di seluruh negara, banyak roda-roda perekonomian terutama di gerakkan oleh perbankan baik secara langsung maupun tidak langsung. Perbankan di Indonesia memegang peranan yang teramat penting, terlebih negara Indonesia termasuk negara yang sedang membangun di segala sektor. Hal tersebut di jelaskan dalam pasal 4 Undang-Undang no. 10 tahun 1998, yaitu perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan rakyat banyak.

Bank syariah adalah bank yang aktivitas operasionalnya berbeda dengan bank konvensional. Karakteristik bank syariah yaitu tidak membebaskan bunga kepada setiap nasabah sesuai akad yang sudah disepakati. Pedoman bank syariah didasarkan pada Al Quran dan hadist Rasulullah SAW. Seluruh produk dan layanan yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan ajaran syariat islam.

Perbankan syariah memiliki karakteristik yang berbeda dengan bank konvensional baik sistem yang digunakan, pelayanan, maupun sumber daya manusianya, dimana wanita harus menutup auratnya seperti menggunakan hijab, pakaian tertutup. Inilah ciri khas perbankan syariah. Selanjutnya pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia cukup pesat, namun dibalik itu semua terdapat kendala seperti ditemukannya pegawai yang belum memahami konsep perbankan syariah. Selain itu, masyarakat masih menganggap sama antara bank syariah dan bank konvensional. Hal ini terjadi karena inovasi produk bank syariah kurang menonjol (Masudin, 2020).

Dalam rangka menciptakan kenyamanan dan kemudahan dalam proses migrasi, BSI KC Imam Bonjol Padang menggunakan pendekatan pesan langsung kepada nasabah, media sosial dan email. Hal ini dilakukan agar nasabah dapat lebih cepat mendapatkan informasi terkait migrasi dan menambah pengetahuannya setelah bank merger, salah satu yang perlu diperhatikan dalam melakukan hal tersebut yaitu dengan memperbaiki kualitas pelayanan. Peningkatan kualitas kinerja dalam 17 pelayanan pun menjadi salah satu aspek yang penting untuk diperhatikan dalam mempertahankan nasabah dan memenangkan persaingan di industri perbankan karena loyalitas nasabah akan meningkat jika bank tersebut dapat memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Hal tersebut seperti dijelaskan dalam Al-Quran QS. Al-Baqarah (2): 267 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا  
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, amalkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Dan janganlah kamu memilih hal-hal yang buruk lalu kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Terpuji”.

Sebagaimana yang disebutkan dalam ayat di atas, upaya lain yang dapat dilakukan BSI KC Imam Bonjol Padang untuk menumbuhkan rasa loyalitas nasabah adalah dengan meningkatkan hubungan jangka panjang antara bank dengan nasabahnya. Hal ini sering kali disebut sebagai Customer Relationship Management (CRM) (Victor, Jorie, and Sumarauw 2015). Berdasarkan berita yang dikutip dari CNN media bahwasanya pasca merger perbankan syariah Indonesia bagi setiap karyawan akan diberikan pelatihan khusus terkait dengan sistem di BSI, yang mana hal itu diberikan sesuai dengan bidangnya agar hubungan dengan nasabah dan pelayanan tetap terjaga (CNN Indonesia, 2020).

Indonesia dianggap sebagai negara dengan populasi muslim tertinggi di dunia. Hal ini mangacu pada informasi yang dipublikasikan oleh The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) atau MABDA bertajuk The Muslim 500 edisi 2022, bahwa terdapat 231,06 juta penduduk Indonesia yang beragama Islam. Jumlah itu setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia. Proporsi penduduk muslim di Indonesia pun mencapai 11,92% dari total populasinya di dunia. Merujuk pada data tersebut, Indonesia tentunya berpotensi dalam hal pengembangan ekonomi khususnya keuangan dan perbankan syariah.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah terpercaya yang beroperasi berdasarkan prinsip syariat Islam dengan jaringan operasional yang luas. Bank BSI menawarkan beragam produk dan layanan untuk memenuhi permintaan nasabahnya. BSI menyadari bahwa layanan yang diberikan tidak terbatas pada kaum muslim saja, tetapi mencakup semua sektor yang membutuhkan layanan perbankan yang nyaman, adil, dan modern. Maka dari itu, bank BSI terus berupaya meningkatkan kualitas produknya dengan menawarkan beberapa produk premium yang kompetitif dari segi teknologi dan kedekatan dengan komunitas (masyarakat).

Saat ini, kehadiran perbankan syariah di Indonesia berkembang cukup pesat seiring dengan meningkatnya permintaan layanan perbankan syariah dari

masyarakat Indonesia. Hal ini ditandai dengan adanya Bank Syariah Indonesia (BSI) di berbagai wilayah. Sejauh ini PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) memiliki jumlah nasabah yang besar. Per Maret 2023, jumlah Customer Based BSI mencapai 18,4 juta nasabah. Artinya BSI dipercayai sebagai bank yang mampu memberikan benefit yang baik bagi nasabah dan stakeholders-nya secara luas (Direktur Utama BSI, Hery Gunardi, 2023)

Salah satu produk yang direalisasikan oleh Bank Syariah Indonesia yaitu layanan produk mobile banking, mobile banking merupakan transaksi perbankan melalui media handphone baik dalam bentuk aplikasi m Banking atau aplikasi bawaan operator seluler, Yang bertujuan mempermudah urusan nasabah dalam bertransaksi. Oleh karena itu, untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi perlu dilakukan peningkatan kinerja layanan sehingga dapat memberikan kepuasan nasabah terhadap penggunaan mobile banking melalui penerapan Customer Relationship Management (CRM).

CRM merupakan proses mengelola kabar yang rinci mengenai pelanggan perorangan dan seluruh “titik kontak” pelanggan secara akurat dengan tujuan agar bisa memaksimalkan loyalitas pelanggan menurut Kotler dan Keller dkk (2015:2).

CRM dapat menjadi cara yang efektif bagi bisnis untuk membangun hubungan yang kuat antara bisnis dengan pelanggan mereka. CRM membantu mengelola hubungan pelanggan sambil meningkatkan kepuasan serta penawaran produk dan layanan kepada pelanggan.

Untuk meningkatkan jumlah nasabah dan meningkatkan kepuasan agar menciptakan loyalitas nasabah supaya tidak beralih ke bank konvensional, Bank Syariah Indonesia (BSI) harus berupaya membangun hubungan yang baik dengan nasabah melalui customer relationship management. Melalui CRM ini nasabah

dapat merasakan kepuasan khususnya pada layanan produk Hasanah card yang tentunya berdampak baik bagi operasional bank.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Optimalisasi Customer Relationship Management (CRM) Melalui Mobile Banking pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Padang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu :

- 1) Bagaimana optimalisasi customer relationship management (CRM) dalam program mobile banking pada bank syariah Indonesia (BSI) cabang Padang.
- 2) Hambatan pada optimalisasi customer relationship management (CRM) dalam program mobile banking.
- 3) Solusi pada optimalisasi customer relationship management (CRM) dalam program mobile banking

## **1.3 Tujuan Magang**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari kegiatan magang ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui Optimalisasi CRM pada mobile banking BSI.
- 2) Hambatan CRM pada mobil banking.
- 3) Solusi CRM dalam program mobile banking pada bank syariah indonesi (BSI).

## **1.4 Manfaat Magang**

Dari kegiatan magang ini, akan diperoleh manfaat sebagai berikut:

## **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian yang dilakukan oleh penulis ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat untuk mengetahui bagaimana optimalisasi mobile banking pada bank syariah Indonesia (BSI).

## **2. Manfaat praktis**

Penelitian ini berguna sebagai informasi kepada pembaca. bagi perusahaan dapat dijadikan referensi dalam pengembangan operasional perusahaan khususnya dalam penerapan CRM.

### **1.5 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penyusunan tugas akhir, penulis menggunakan beberapa metode untuk mengetahui informasi yang berhubungan dengan judul pembahasan. Beberapa metode yang digunakan dalam data yaitu sebagai berikut:

#### **1. Riset Pustaka**

Metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan customer relationship management (CRM).

#### **2. Penelitian lapangan**

- a) Wawancara dengan staff dan pemangku kepentingan yang berwenang pada bank syariah Indonesia (BSI) cabang Padang.
- b) Observasi langsung di Bank Syariah Indonesia sehingga dapat diperoleh data atau informasi yang relevan.

### **1.6 Tempat Dan Waktu Magang**

Kegiatan magang dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia (BSI) yang beralamat di Jl. Imam Bonjol No.17 Kel. Belakang pondok, Kec. Padang Selatan, Kota Padang, Sumatra Barat. Pelaksanaan magang direncanakan berlangsung selama 2 (dua) bulan atau 40 hari kerja.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan proposal magang ini terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan latar belakang penulisan, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode pengumpulan data, tempat dan waktu magang, serta sistematika penulisan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang konsep dasar customer relationship management (CRM) pada bank syariah Indonesia (BSI).

### **BAB III: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini memuat informasi tentang sejarah atau gambaran Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Imam Bonjol Padang, visi misi perusahaan, struktur organisasi, serta uraian tugas dan fungsi masing-masing bidang pada bank syariah Indonesia (BSI) cabang Imam Bonjol Padang.

### **BAB IV: PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan penjelasan tentang strategi customer relationship management (CRM) dalam program mobile banking pada Bank Syariah Indonesia (BSI).

### **BAB V: PENUTUP**

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang sifatnya membangun dengan tujuan perbaikan dan perubahan bagi perusahaan dimasa yang akan datang.

## **BAB II**

## **LANTASAN TEORI**

### **2.1 Customer Relationship Management (CRM)**