

**TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP *COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DI BMT BINA IHSANUL FIKRI (BIF)**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN  
SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM  
ILMU HUKUM ISLAM**

**OLEH:**

**NARINDRA PALITA AMNESTI**

**12380061**

**PEMBIMBING**

**Dr. H. ABDUL MUJIB, M.Ag.**

**MUAMALAT  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2016**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik *Costumer Relationship Management* (CRM) di BMT Bina Ihsanul Fikri kemudian penerapan yang telah dilakukan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri dalam tinjauan etika bisnis Islam.

*Costumer Relationship Management* di BMT Bina Ihsanul Fikri dalam mempertahankan transaksional dan memperoleh anggota baru menggunakan berbagai kegiatan yang menarik anggota sehingga BMT mendapat keuntungan dari praktik CRM yang diupayakan tersebut. Dalam praktik CRM tersebut BMT memberikan penawaran kepada anggota secara berlebihan, janji, penyampaian kelebihan-kelebihan yang akan didapat, apabila melakukan simpanan (tabungan berhadiah). Komunikasi yang dipertahankan dengan anggota berkaitan dengan ajakan dan tawaran mengenai produk-produk baru yang dimiliki oleh BMT. Sekalipun anggota telah memiliki produk dari BMT, unsur rayuan disini masih sering digunakan marketer untuk mempromosikan produk lain yang dimiliki. Tawaran terhadap anggota juga memberikan unsur janji dan rayuan akan mendapatkan hadiah tanpa diundi dan mendapat keuntungan, harapanya anggota tersebut akhirnya tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan, walaupun sebenarnya anggota tidak memerlukan produk tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan adalah (*field research*) dan bersifat deskriptif analitis dan kemudian dianalisis menggunakan pendekatan empiris dan normatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dengan *Observasi* dan wawancara dengan beberapa pihak BMT BIF seperti *manager*, bagian SDM dan beberapa marketer. Analisis data dilakukan atas praktik CRM dalam perspektif etika. Studi ini menggunakan teori etika bisnis Islam yaitu prinsip tauhid (kesatuan/unity), keseimbangan (keadilan/equilibrium), kehendak bebas (*ikhtiyar/free will*), tanggung jawab (*fard/ responsibility*) dan prinsip niat baik (*ihsan/benevolence*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik CRM di BMT BIF dalam menjaga transaksional hubungan dengan anggota, mengadung manfaat tapi lebih banyak *madharatnya*. Dalam perspektif etika bisnis Islam ketidak kesesuaian prinsip etika bisnis Islam dalam perilaku bermuamalah di BMT BIF menunjukkan bahwa praktik CRM di BMT BIF belum sesuai dengan etika dalam perspektif Islam.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, *Costumer Relationship Management* (CRM), BMT



### **SURAT PERNYATAAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Narindra Palita Amnesti  
NIM : 12380061  
Jurusan : Muamalat  
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya ini adalah asli hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.



Yogyakarta, 13 Juni 2016

Yang menyatakan,

  
Narindra Palita Amnesti  
NIM. 12380061



### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudarai Narindra Palita Amnesti

Kepada:

**Yth.Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN SunanKalijaga  
Di Yogyakarta**

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudari :

Nama : Narindra Palita Amnesti

Nim : 12380061

Judul : Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap *Costumer Relationship Management* (CRM) di BMT Bina ihsanul Fikri (BIF)

Sudah dapat diajukan kepada Jurusan Muamalat Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam. Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi atau tugas akhir saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 8 Ramadhan 1437 H  
13 Juni 2016 M

Pembimbing,

Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag

NIP. 19701209 200312 1 002



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : Un.02/DS/PP.00.9/245/2016

Tugas Akhir dengan judul : **TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI BMT BINA IHSANUL FIKRI (BIF)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NARINDRA PALITA AMNESTI  
Nomor Induk Mahasiswa : 12380061  
Telah diujikan pada : Senin, 20 Juni 2016  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

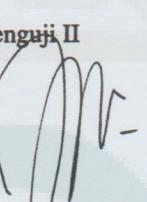
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**

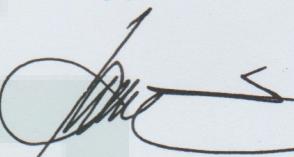
Ketua Sidang/Pengaji I

  
Dr. H. Abdul Mujib, M.Ag.  
NIP. 19701209 200312 1 002

Pengaji II

  
Dra. Hj. Widayarini, M.M.  
NIP/19600407 198601 2 002

Pengaji III

  
Dr. Moh. Tamtowi, M. Ag.  
NIP. 19720903 199803 1 001

Yogyakarta, 20 Juni 2016

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Syari'ah dan Hukum

DEKAN



Dr. H. Syafiq Muhammad Hanafi, M.Ag.  
NIP. 19670518 199703 1 003

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab ke dalam kata-kata Latin yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman kepada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543 b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša'	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ḥa (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ta'	ت	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ز	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	qaf	Q	qi
ك	kaf	K	ka
ل	lam	L	el
م	mim	M	em
ن	nun	N	en
و	waw	W	we
ه	ha'	H	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	Y	ye

## B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh syaddah ditulis rangkap.

contoh :

حَرَّمَتْ	Ditulis	Hurrimat
شَحَّ	Ditulis	Syuhħa

### C. Ta' Marbutah di akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

واحدة	Ditulis	Wâhidah
مجتمعة	Ditulis	Mujtami'ah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki lafal lain).

2. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاةالفطر	Ditulis	Zakâh al-fîtri
-----------	---------	----------------

### D. Vokal Pendek

—_ó—	Fathah	Ditulis	A
—_ø—	Kasrah	Ditulis	I

<u>_o_</u>	Dammah	Ditulis	U
------------	--------	---------	---

### E. Vokal Panjang

Fathah + alif <b>فلا</b>	Ditulis	Â
Fathah + ya' mati <b>تنسى</b>	Ditulis	Â
Kasrah + ya' mati <b>تفصيل</b>	Ditulis	Î
Dlammah + wawu mati <b>أصول</b>	Ditulis	Û

### F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati <b>الزحيلي</b>	Ditulis	Ai
Fatha + wawu mati	Ditulis	Au

الدولة	Ditulis	ad-daulah
--------	---------	-----------

**G. Kata Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof**

أَنْتُمْ	Ditulis	A'antum
أَعْدَتْ	Ditulis	U'iddat
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	La'in syakartum

**H. Kata Sandang Alif dan Lam**

1. Bila diikuti huruf qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”

القرآن	Ditulis	Al-Qur'ân
القياس	Ditulis	Al-Qiyâs

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

السماء	Ditulis	As-Samâ'
الشمس	Ditulis	Asy-Syams

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisnya

ذوي الفروض	Ditulis	Żawî al-furûḍ
أهل السنة	Ditulis	Ahl as-Sunnah

## J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- a. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Quran, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
- b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijâb*.
- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

## MOTTO

- ❖ Manusia memiliki keterbatasan, tapi kuasa Allah SWT tanpa batas. Maka saat mimpi mu melampaui batasmu, berdo'alah hingga Allah SWT mengabulkanya
- ❖ *Believe that Allah is beside you everywhere everytime*
- ❖ *Allah menaruh kita di tempat yang sekarang bukan karena kebetulan. Sesungguhnya orang yang hebat tidak dihasilkan melalui kemudahan, kesenangan dan kenyamanan, namun mereka dibentuk melalui kesukaran, tantangan dan air mata.*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*“Terimakasih kepada Ayah dan ibu yang tidak pernah lelah memberi semangat, do'a dan bimbunganya kepada saya. Tanpa do'a dan Ridho ayah dan ibu saya bisa menjadi seperti sekarang ini. Semoga restu dalam langkah saya, menjadikan berkah seiring do'a ayah dan ibu. Tanpa perjuangan do'a dan materi yang anda berikan kepada saya, saya bukan apa-apa yang bisa sampai pada jenjang seperti ini. Kepada Nenek Utiku tersayang terimakasih atas do'a dan nasehat yang telah anda berikan sangat membantu dan memotivasi. Kepada saudari-saudari saya tercinta dan tersayang, Intan Fitraisna Maghfiroh, Khafidza Salisati Fatimah Azzahra dan Fajrilina Ayunisa Rahmatika terimakasih kesayangan-kesayanganku ksalian semagatku.*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين و به نستعين على امور الدنيا والدين، والصلوة والسلام على اشرف الانبياء والمرسلين، سيدنا و مولانا محمد و على الله و صحبه اجمعين، اما بعد.

Penyusun mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT. Yang telah melimpahkan segala kenikmatan dan anugerahNya kepada penyusun, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik sebagai bukti tanggung jawab akademik untuk memenuhi tugas akhir yang diberikan oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana Strata Satu di bidang Ilmu Hukum Islam.

Dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini, penyusun sangat menyadari bahwa banyak pihak yang membantu memberikan bimbingan dan pengarahan. Untuk itu dengan penuh ketulusan hati penulis ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. K.H. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Kedua orang tuaku ayahanda Najamudin, dan Ibunda Dra.Hariningsih.S.pd.I yang telah memberikan saya motivasi, semangat, bimbingan serta do'a yang selalu mengiringi langkah saya.

4. Bapak Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Jurusan Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Saifuddin, SHI., MSI., selaku Sekretaris Jurusan Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Bapak Dr. Riyanta ., M.Hum. selaku penasehat akademik dari penyusun.
7. Bapak Dr.H.Abdul Mujib.M.Ag. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan tenaga untuk membimbing dan meluangkan waktunya selama penyusun melakukan bimbingan skripsi.
8. Intan Fitraisna Maghfiroh, Khafidza Salisati Fatimah Azzahra dan Fajrilina Ayunisa Rahmatika kalian adalah saudari-saudari dan penyemangat penyusun.
9. Para dosen UIN Sunan Kalijaga, khususnya dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan pengetahuan yang lebih baik bagi penyusun.
10. Segenap Staff TU Muamalat dan Staff TU Fakultas Syariah dan Hukum yang memberi bantuan administratif bagi penyusun selama masa perkuliahan.
11. Bapak Muhammad Ridwan, SE.M.Ag selaku pimpinan BMT Bina Ihsanul Fikri beserta staff BMT Bina Ihsanul Fikri yang telah memberikan banyak bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Terimakasih untuk teman-teman Muamalat angkatan 2012, yang telah mengajarkan saya banyak hal dan mengiringi saya untuk menjadi manusia yang lebih dewasa.

13. Teman-teman kos yang selalu memberikan cerita baru dikehidupan setiap harinya terimakasih mbak Via atas banyak bantuanya, Haliemah, Eva, Tanti, Esta, Uyun, Layung, Marisa, Riana atas motivasi, dukungan dan bantuanya.
14. Teman-teman KKN 134 Bendo Saptosari Gunung Kidul terimakasih atas senyum dan kebersamaanya selama KKN.
15. Semua pihak yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu-persatu terimakasih atas bantuan serta motivasinya selama ini, semoga Allah SWT yang akan membalas semua jasa-jasa kalian. Aamiin.

Penyusun menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kesempurnaan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan orang-orang yang mencintai ilmu. Dengan doa yang tulus, penyusun berharap semoga amal kebaikan mereka dapat balasan yang setimpal, dan diridhai oleh Allah SWT. *Amin Yaa Robbal' Alamin.*

Yogyakarta, 13 Juni 2016 M  
8 Ramadhan 1437 H  
Penyusun,

Narindra Palita Amnesti  
12380061

## DAFTAR ISI

### **HALAMAN JUDUL**

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PEDOMAN TRANSLITER ARAB LATIN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	xi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah .....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Telaah Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	9
F. Metodologi Penelitian .....	13
G. Sistematika Pembahasan .....	14

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Definisi <i>Costumer Relationship management</i> (CRM) .....	16
B. Pengertian Etika Bisnis Islam .....	25
C. Etika Bisnis Islam.....	34
1. <i>Unity</i> (Persatuan) .....	37
2. <i>Equilibrium</i> (Keseimbangan).....	38
3. <i>Free Will</i> (Kehendak Bebas) .....	40
4. <i>Responsibility</i> (Tanggung Jawab).....	41
5. <i>Benevolence</i> ( <i>Ihsan</i> ).....	43

### **BAB III GAMBARAN UMUM BMT BINA IHSANUL FIKRI**

A. Gambaran Umum BMT Bina Ihsanul Fikri.....	45
B. Struktur Organisasi .....	48
C. Kebijakan BMT BIF Terhadap Praktik CRM .....	50

D. Proses Praktik CRM di BMT BIF .....	55
1. Komunikasi dengan Anggota .....	56
2. Tabungan Berhadiah.....	57
3. Permodalan Anggota .....	58
4. Grebek Pasar.....	58
5. Silaturahim Tokoh.....	58

## **BAB IV ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRAKTIK CRM DI BMT BIF**

A. Analisis praktik <i>Costumer Relationship Management</i> (CRM) di BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF).....	61
1. Komunikasi dengan Anggota .....	61
2. Tabungan Berhadiah.....	62
3. Permodalan Anggota .....	62
4. Kegiatan Grebek pasar.....	63
5. Silaturahim Tokoh .....	63
B. Kelebihan dan Kekurangan Praktik CRM .....	64
C. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik <i>Costumer Relationship Management</i> (CRM) di BMT Bina Ihsanul Fikri (BIF) .....	66
1. Tauhid (Kesatuan/ <i>Unity</i> ) .....	66
2. Keseimbangan (Keadilan/ <i>Equilibrium</i> ).....	68
3. Kebebasan (Ihtiyar/ <i>Free Will</i> ) .....	69
4. Tanggung Jawab ( <i>Fard/Responsibility</i> ) .....	71
5. Berbuat Baik ( <i>Ihsan/Benevolence</i> ) .....	72

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>I</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

I.	<b>Terjemahan.....</b>	<b>I</b>
II.	<b>Biografi Ulama .....</b>	<b>III</b>
III.	<b>Daftar wawancara pihak BMT.....</b>	<b>IV</b>
IV.	<b>Sununan Kepengurusan BMT BIF .....</b>	<b>VI</b>
V.	<b>Surat Penelitian dan Izin Penelitian.....</b>	<b>VII</b>
VI.	<b>Dokumentasi .....</b>	<b>IX</b>
VII.	<b>Brosur.....</b>	<b>XII</b>
VIII.	<b>Curiculum Vitae.....</b>	<b>XI</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar belakang Masalah**

Perkembangan perekonomian saat ini yang begitu pesat, seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia dalam ekonomi. Manusia sebagai khalifah di dunia tidak mungkin bersifat individualistik, karena semua (kekayaan) yang ada di bumi adalah milik Allah SWT semata, dan manusia adalah kepercayaan di bumi. Etika bisnis merupakan ajaran Islam yang dapat digali langsung dari Al-Qur'an dan hadis. Karena etika dijadikan pedoman dalam kegiatan ekonomi bisnis, maka etika bisnis Islam menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran, dan keadilan sedangkan dalam kemitraan menjadikan semangat kekeluargaan sebagai tujuan.

Ekonomi syari'ah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini ditandai dengan banyak berdirinya lembaga keuangan yang secara operasional menggunakan prinsip bagi hasil atau dikenal dengan prinsip syariah.<sup>1</sup> Beberapa kalangan membuat penilaian tersebut dari segi keberadaan dan peranan lembaga keuangan syariah, sedangkan mengukur segi sosialisasi sistem ekonomi syariah kepada masyarakat relatif masih terbatas.

---

<sup>1</sup>Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013).hlm. 36.

Lembaga keuangan syari'ah nonbank memiliki tugas menarik dan mengelola dana masyarakat serta dapat berfungsi menjadi lembaga sosial, BMT menempatkan dirinya dalam posisi yang sangat strategis. Posisi BMT yang strategis tersebut tidak hanya memiliki kewenangan dalam penarikan dan pengelolaan dana masyarakat, tetapi juga dapat berperan dalam upaya pengentasan kemiskinan melalui program kemitraan usaha.<sup>2</sup> Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam. Usaha ini seperti usaha perbankan yakni menghimpun dana anggota (nasabah) serta menyalurkannya kepada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Namun demikian terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor riil maupun sektor keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada perbankan.<sup>3</sup>

Lembaga keuangan telah berperan sangat besar dalam pengembangan dan pertumbuhan masyarakat industri modern. Lembaga keuangan merupakan tumpuan bagi para pengusaha untuk mendapatkan tambahan modalnya melalui mekanisme kredit dan menjadi tumpuan investasi melalui mekanisme *saving*. Sehingga lembaga keuangan telah memainkan peranan yang sangat besar dalam mendistribusikan sumber-sumber daya ekonomi di kalangan masyarakat, meskipun tidak sepenuhnya dapat mewakili kepentingan masyarakat yang

---

<sup>2</sup>Ibid., hlm.38.

<sup>3</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) edisi revisi, (Yogyakarta: UII Press, 2004), hlm.120.

luas.<sup>4</sup> Sebagai institusi bisnis, lembaga keuangan ini tidak lepas dari motif laba. Operasional institusi ini senantiasa berusaha mencapai tingkat efisiensi maksimum, sehingga pertumbuhan organisasi dan modalnya dapat mencapai tingkat yang lebih baik. Hal ini mutlak dilakukan karena lembaga keuangan harus memperhatikan kepentingan pemegang saham dan anggota di samping kepentingan para nasabah dan masyarakat.

Mengingat sifat dari BMT yang berorientasi pada bisnis, untuk merealisir tercapainya kesuksesan salah satunya dengan menjaga loyalitas dan kepercayaan dari anggota BMT. Loyalitas dan kepercayaan merupakan dua hal yang sangat penting di dalam kiprah kesuksesan suatu perusahaan atau lembaga. Banyak perusahaan yang melakukan berbagai cara untuk menjaga loyalitas dan kepercayaan nasabah/anggota agar tetap loyal terhadap perusahaan atau BMT tersebut.

Misalnya sebuah lembaga memberikan tabungan berhadiah, mengirimkan bingkisan, kartu ucapan, memberikan potongan harga atau diskon kepada nasabah atau anggota, dan masih banyak lagi kegiatan-kegiatan yang digunakan untuk menjaga loyalitas anggota. Sedangkan di era yang canggih saat ini IT merupakan konsep yang memiliki andil yang besar bagi para pebisnis dalam memasarkan barang atau jasanya guna mempertahankan nasabah atau mendapatkan nasabah baru.

---

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm. 47.

Perusahaan atau lembaga keuangan yang berorientasi pada bisnis menggunakan berbagai program guna mempertahankan loyalitas pelanggan atau anggota. Salah satu cara dalam mewujudkan terciptanya pelanggan yang loyal adalah menerapkan *costumer relationship management* (CRM). CRM merupakan kegiatan yang berorientasi pada pelanggan, guna memperoleh efisiensi manajemen dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

Laba merupakan tujuan pasti sebuah perusahaan atau lembaga keuangan yang berorientasi pada bisnis. BMT merupakan lembaga keuangan yang berorientasi pada bisnis, pastinya tidak lepas dari berbagai metode guna mempertahankan anggota dan mendapatkan anggota baru.

BMT BIF dalam menjaga hubungan dengan anggota lebih mengedepankan terhadap layanan dan kegiatan-kegiatan marketer. Program-program guna menjaga kemitraan yang dijalankan di BMT BIF telah ada dari mulai berdiri hingga saat ini. BMT BIF tidak hanya mengandalkan materi untuk memotivasi anggota dalam menjalin transaksi, namun pelayanan dan berbagai kegiatan misalnya menjaga komunikasi dengan anggota, program grebek pasar, silaturahim tokoh, tabungan berhadiah dan *service* terhadap anggota seperti ucapan ulang tahun, layanan jemput bola dan budaya kerja merupakan program-program yang digunakan BMT BIF untuk menjaga hubungan dengan para anggota.

Selama ini banyak orang yang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya adalah untuk memperoleh keuntungan tertentu. Hukum

ekonomi klasik yang masih memiliki pemikiran bahwa modal kecil dapat memperoleh keuntungan tertentu telah menjadikan para pelaku bisnis untuk menghalalkan berbagai cara untuk meraih keuntungan, mulai dari perolehan bahan, tenaga kerja, pengelolaan, bahkan pemasaran dan merebut pelanggan dengan seefektif dan seefisien mungkin. Dari hal tersebut tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan dan bahkan mungkin mengabaikan etika bisnis Islam dalam transaksi bisnis yang dijalankan.

Ajaran agama Islam dalam perilaku ekonomi manusia dan bisnis saat ini semakin mendesak penerapanya, bukan karena mayoritas penduduk beragama Islam, tetapi karena semakin jelas ajaran moral di sini sangat sering tidak dipatuhi. Dengan kata lain, penyimpangan demi penyimpangan dalam etika bisnis merupakan sumber berbagai permasalahan ekonomi saat ini. Hubungannya dengan bisnis dalam rangka menjalankan suatu usaha adalah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan yaitu penerapan etika.

Etika merupakan pemegang peran besar dalam mencapai tujuan bisnis yang lebih besar. Kurangnya pemahaman dari masyarakat terhadap etika bisnis menurut kaidah dan tata cara Islam adalah suatu hal yang tidak dapat ditutupi. Bentuk nyata dapat dilihat dari upaya dan kegiatan pebisnis dalam kesehariannya yang berusaha untuk mendapatkan maksud dan tujuannya menggunakan cara-cara yang tidak dibenarkan dalam aturan Islam, mengenai kaidah berusaha yang menghalalkan semua cara. Di dalam Islam terdapat moral dan iman yang harus dijadikan pedoman. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut

mengenai permasalahan tersebut yaitu: “**Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Costumer Relationship Management (CRM) di BMT Bina Ihsanul Fikri**”.

## **B. Pokok Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas yang akan di bahas sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik *Costumer Relationship Management* di BMT Bina Ihsanul Fikri?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik *Costumer relationship management* di BMT Bina Ihsanul Fikri?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui praktik *Costumer Relationship Management* di BMT Bina Ihsanul Fikri serta penerapannya dalam tinjauan etika bisnis Islam.

### 2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan tentang praktik CRM di BMT dalam bingkai tinjauan etika bisnis Islam serta bisa menjadi rujukan bagi para akademisi dan para pebisnis dalam penerapan CRM.

## D. Telaah Pustaka

### 1. Hisyam Sayed Soliman

Penelitian ini menganalisis tentang hubungan antara CRM dan kinerja pemasaran di lembaga keuangan yang ada di Mesir. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa CRM berhubungan positif terhadap kinerja pemasaran di lembaga keuangan di Mesir.<sup>5</sup>

### 2. Toybahtul Mar'ah

Penelitian ini menguji pengaruh CRM terhadap loyalitas nasabah pada produk simpanan wadi'ah di BMT Surya Umbulharjo Yogyakarta. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada produk simpanan wadiah di koperasi jasa keuangan syariah BMT Surya Umbulharjo Yogyakarta.<sup>6</sup>

### 3. Natasha Onna Carissa

Penelitian ini menganalisis penerapan CRM dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan metode deskriptif tentang penerapan CRM yang diterapkan oleh Bandung Sport distro. Hasil penelitian

---

<sup>5</sup> Hisyam sayed soliman, “Costumer Relationship Management And Its Relationship To The Marketing Performance”, *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 2 No. 10, 2011.

<sup>6</sup> Toybatul Mar'ah, “Pengaruh Costumer Relationship management (CRM) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Produk Simpanan Wadi'ah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitut Tamwi Muhammadiyah (BMT) Surya Umbulharjo Yogyakarta”, skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2015).

penerapan CRM yang dilakukan Bandung Sport distro sebagai upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan sudah baik dibuktikan dengan serangkaian proses yaitu mengumpulkan data pelanggan, analisis data pelanggan dan identifikasi sasaran pelanggan, pengembangan program CRM, implementasi CRM dan adanya tingkat pembelian kembali mencapai 25% dari total penjualan setiap bulan.<sup>7</sup>

#### 4. Sirman Dahwal

Penelitian ini mengkaji etika bisnis menurut hukum Islam. Alat yang digunakan untuk kajian adalah deskriptif normatif. Hasil kajian menunjukkan bahwa etika bisnis dalam Al-Qur'an memperlihatkan adanya suatu struktur yang berdiri sendiri dan terpisah dari struktur lainnya. Hal itu disebakan bahwa dalam ilmu akhlak (moral), struktur etika dalam Al-Qur'an lebih banyak menjelaskan nilai-nilai kebaikan dan kebenaran baik pada tataran niat atau ide hingga perilaku dan perangai.<sup>8</sup>

#### 5. Muhammad Kamal Zubair

Penelitian ini mengkaji aksioma etika dalam ilmu ekonomi Islam yang menjadi landasan ekonomi Islam. Alat yang digunakan untuk mengkajian adalah deskriptif aksioma etika yaitu keesaan (*unity*), keseimbang

---

<sup>7</sup>Anatasha Onna Carissa, "Penerapan Costumer Relationship Management (CRM) Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (studi kasus di Bandung sport distro Malang)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol . 15 No. 1, (2014).

<sup>8</sup>Sirman Dahwal, "Etika Bisnis Menurut Hukum Islam", *Jurnal Etika Bisnis Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Vol. 3. No. 1, (2014).

(*equilibrium*), kebebasan (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).

Hasil kajian menunjukkan postylat yang terdapat dalam teori ekonomi Islam, yaitu penggabungan ilmu ekonomi dan etika dielaborasi dalam pembentukan kaidah-kaidah perilaku ekonomi dalam masyarakat dimana sistem etika Islam dibentuk empat macam aksioma etika yang sangat logis.<sup>9</sup>

Berdasarkan telaah pustaka di atas penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya terletak pada tinjauan etika bisnis Islam dari praktik *Costumer Relationship Management* (CRM) di BMT Bina Ihsanul Fikri di Yogyakarta.

## **E. Kerangka Teori**

Muamalah merupakan salah satu bahasa dari hukum Islam. Hukum muamalah merupakan bagian dari hukum Islam, yaitu hal yang mengatur hubungan antar manusia dalam masyarakat berkenaan dengan kebendaan dan kewajiban. Masalah muamalah kemudian dikompilasikan dalam peristilahan fikih muamalah.<sup>10</sup>

Konsep CRM berisi lima titik poin yaitu: sudut padang dan proses, strategi, filosofi, kemampuan dan teknologi informasi guna peningkatan kinerja efektivitas keputusan organisasi yang berhubungan dengan pelanggan,

---

<sup>9</sup> Muhammad Kamal Zubair, “Aksioma Etika dalam Ilmu Ekonomi Islam”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Vol. 7, No. 1. (2012).

<sup>10</sup> Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah dan Kontemporer: Hukum Perjanjian, Ekonomi, Bisnis, dan Sosial*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), hlm. 9.

kepemimpinan, untuk peningkatan kinerja pemasaran pada khususnya dan kinerja organisasi secara umum.

1. Sudut pandang dan proses dalam konsep CRM adalah menciptakan dan meningkatkan keterlibatan hubungan dengan nasabah atau konsumen.
2. Strategi dalam konsep CRM adalah harapan dalam menciptakan strategi bahwa pelanggan merupakan mitra yang menjadi sasaran orientasi bisnis.
3. Filosofi dalam konsep CRM adalah bukan proyek sementara, tapi filosofi kerja, yang bertujuan untuk menempatkan pelanggan di fokus dari perhatian organisasi.
4. Kemampuan dalam konsep CRM adalah keinginan dan kemampuan lembaga dalam mengintegrasikan CRM dalam upaya mempertahankan dan mendapatkan pelanggan atau mitra baru.
5. Teknologi informasi dalam konsep CRM adalah teknologi yang digunakan untuk mengintegrasikan sistem penjualan, sistem pemasaran dan sistem informasi untuk membangun hubungan dengan pelanggan.

Pengelolaan kekayaan dalam Islam, dalam hal ini perolehan dan penciptaan kekayaan diatur oleh syari'at. Larangan-larangan memperoleh kekayaan dalam Islam juga sudah diatur oleh syari'at salah satunya adalah larangan memperoleh kekayaan/keuntungan dengan cara yang zalim.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Bala Shanmugam dan Zaha Rina Zahari. *A Primer on Islamic Finance*. (Malaysia: CFA Institute, 2009), hlm .81.

Etika dalam Islam sudah menjadi suatu tuntutan bagi pebisnis yang wajib dilakukan. Dalam menciptakan etika bisnis erat kaitanya dengan moral yang harus diperhatikan antara lain yaitu: pengendalian diri, pengembangan tanggung jawab sosial, mempertahankan jati diri, menciptakan persaingan yang sehat, menerapkan konsep pembangunan tanggung jawab termasuk masalah pengelolaan dan pengembangan bisnis.

Etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai ‘daratan’ atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.<sup>12</sup>

Titik sentral dari etika bisnis Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab, karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia tidak mutlak, dalam arti kebebasan terbatas. Dalam skema etika Islam, manusia adalah pusat ciptaan Tuhan yang secara tidak langsung adalah khalifah yang memiliki tanggung jawab serta moral yang harus dipertanggung jawabkan transaksinya di akhirat nanti sehingga kaitanya transaksi dan bisnis di dalam Islam memiliki keterikatan yang kuat dan tidak bisa terpisah sehingga manusia adalah pusat dari kegiatan seperti yang terletak pada ayat berikut ini:

---

<sup>12</sup> Faisal Badrun dkk, *Etika bisnis dalam Islam*, (Kencana Prenada Media group: UIN Jakarta Press, 2006), hlm. 15.

وهو الذي جعلكم خلِف الارض ورفع بعضكم فوق بعض درجة ليبلوكم في ما

<sup>13</sup> اتَّكُمْ

Dilihat dari perspektif ajaran etika dalam Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, di samping kepada sesama manusia, alam lingkungannya dan kepada Tuhan selaku pencipta-Nya.

Menurut Qardhawi, antara ekonomi (bisnis) dan ahlak (etika) tidak pernah terpisah sama sekali, seperti halnya antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak, dan antara perang dan akhlak. Seorang pengusaha dalam pandangan etika bisnis Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materiil (bendawi), tetapi yang penting adalah keuntungan immaterial (spiritual). Kebendaan yang profane (intransenden) baru bermakna apabila diimbangi dengan kepentingan spiritual yang trasenden (*ukhrawi*).<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Al-an'am (6):165

<sup>14</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus ,2012), hlm.29-30.

## F. Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan di dalam penelitian ini adalah:

### 1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*Field research*). Penelitian dilakukan di lapangan guna mengumpulkan informasi dan data-data yang terkait dengan CRM. Penelitian ini di khususkan pada praktik etika bisnis Islam mengenai CRM yang digunakan BMT BIF.

### 2. Sifat penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif analitis. Deskriptif digunakan untuk pemaparan dari penerapan etika CRM, kemudian dianalisis dari sisi tinjauan etika bisnis Islam.

### 3. Teknik pengumpulan data

#### a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan mendatangi, mengamati secara langsung objek penelitian yang berada dilapangan sesuai dengan tema penelitian.

#### b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan sumber informan yaitu manager, SDM, marketer dan karyawan BIF.

### c. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, sedangkan metode yang digunakan untuk menganalisis data kualitatif ini adalah:

- a. Induktif: yaitu diambil dari kesimpulan yang bersifat khusus kemudian diambil kesimpulan yang bersifat umum. Analisis yang digunakan untuk meneliti data-data yang berkaitan dengan CRM.
- b. Deduktif: yaitu analisis data yang bersifat umum menuju kesimpulan yang bersifat khusus. Analisa ini digunakan untuk melihat apakah CRM sesuai dengan etika bisnis Islam.

## G. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini, menggunakan pokok-pokok bahasan secara sistematis yang terdiri dari lima bab dan tiap-tiap bab mempunyai sub-sub bagian sebagai perincianya, penyusunan seperti ini supaya memudahkan pembahasan dalam penelitian ini. Adapun sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab pertama merupakan pendahuluan yang berisi: latar belakang masalah yang memuat alasan-alasan pemunculan masalah yang diteliti, latar belakang masalah ini juga nantinya akan menjadi dasar dalam menjalankan penelitian ini. Pokok masalah atau rumusan masalah yang merupakan penegasan terhadap apa yang terkandung dalam latar belakang. Tujuan dan kegunaan dari penelitian ini. Telaah pustaka sebagai penulusuran terhadap literatur yang telah ada sebelumnya dan kaitanya dengan objek penelitian. Kerangka teori untuk menunjukkan pola

pikir yang akan digunakan untuk pemecahan masalah dalam penelitian ini. Metode penelitian berisi langkah-langkah dalam pengumpulan data dan cara menganalisisnya. Sistematika pembahasan menunjukkan urutan penyampaian hasil penelitian secara sistematis yang akan dilakukan.

Bab kedua, berisi CRM, dan teoritis tentang etika Bisnis Islam dan konsep yang mendasari penelitian ini.

Bab ketiga, akan ulasan dan bahasan tentang praktik gambaran umum dan kebijakan *Costumer relationship management*. Selanjutnya akan dijelaskan mengenai praktik *Costumer relationship management* yang menjadi inti permasalahan dalam bab selanjutnya.

Bab keempat adalah merupakan pokok pembahasan skripsi ini, yaitu pemaparan analisis terkait penerapan etika bisnis Islam dalam *costumer relationship management* (CRM) dan penerapannya di BMT Bina Ihsanul Fikri.

Bab kelima, memuat kesimpulan yang berisi jawaban dari pokok masalah dan saran-saran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil kajian pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Praktik *Costumer Relationship Management* (CRM) di BMT Bina Ihsanul Fikri

Praktik *Costumer Relationship management* di BMT Bina Ihsanul Fikri dengan sistem ajakan, rayuan berlebihan dan dalam memberikan janji diawal kepada anggota dan calon anggota dalam mempromosikan produk yang dimiliki tersebut belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Praktik CMR ini masih mengandung unsur pemaksaan, dan terdapat pihak yang tidak diuntungkan. Praktik CRM di sini memiliki manfaat tetapi *madharat* lebih banyak. Selain itu praktik CRM ini juga sangat membantu marketing dalam keberhasilan produk yang dimiliki.

2. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik *Costumer Relationship Management* (CRM) di BMT Bina Ihsanul Fikri

Ketidak sesuaian etika bisnis Islam yang berpegang pada prinsip Tauhid (kesatuan/ *unity*), prinsip keseimbangan (keadilan/ *equilibrium*), prinsip kehendak bebas (*ikhtiyar/free will*), prinsip tanggungjawab (*fard/responsibility*) dan prinsip niat baik (*ihsan/benevolence*) belum

diperhatikan di BMT Bina Ihsanul Fikri dalam praktik CRM. Dari kelima prinsip tersebut perlu diperhatikan BMT BIF dalam roda bisnis yang diterapkan, khususnya dalam praktik CRM untuk menjaga kemitraan dengan para anggota untuk menghindari perbuatan yang dilarang oleh ketentuan syariat. Perilaku-perilaku etika bisnis Islam dalam bermuamalah dengan anggota untuk mendapatkan ridha Allah SWT.

## B. Saran

1. Dalam berbisnis transaksi diharapkan selalu berpedoman pada Al-Qur'an dan hadis, demi tercapainya traksaksi yang sesuai dengan etika bisnis Islam, agar terhindar dari hal-hal yang mengandung unsur keharaman dan kezaliman.
2. Dalam praktik bisnis selalu mengedapankan saling ridha dan tanpa unsur paksaan, khususnya memperhatikan etika bisnis Islam. Setiap perbuatan dalam transaksi merupakan nilai ibadah yang harus dipertanggung jawabkan kepada Allah SWT.
3. Setiap transaksi bisnis hendaklah menciptakan kemaslahatan bersama, dengan demikian semua pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis selalu terbuka dan tidak mengandung unsur merugikan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Al-Qur'an dan Hadist**

Mushaf Al-qur'an, *Al-Qur'an dan terjemahanya*, Solo: PT Qomari Prima Publisher, 2007.

Muslim ibn-alhajaj, *Shahih Muslim*, Beirut Dar: Alfikr, 1992.

### **Fikih dan Ushul Fikih**

Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah : Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2012.

Nawawi, Ismail, *Fikih Muamalah dan Kontemporer: Hukum perjanjian, Ekonomi, Bisnis, dan Sosial*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2012.

Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

### **Buku**

Badrus, Faisal dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: UIN Jakarta Press, 2006.

Barnes, James G, *Secrets of Costumer Relationship Management, Rahasia Menejemen Hubungan Pelanggan*, Yogyakarta: Andi, 2003.

Brown S.A, *Costumer Relationship Management: A Strategic Imperative in the world of a Business*, Toronto: John Wiley and Sons Canada, 2000.

Buttle F. ,*Cotumer Relationship Management: Concept and Tools*, (Amsterdam: Heineman, 2000.

Buttle, Francis, *Costumer Relationship Management*, Jakarta: Bayumedia, 2003.

Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007.

\_\_\_\_\_, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*, Jakarta: Penebar Plus, 2012.

- Handen L, *Putting CRM to Work: The Rise of the Relationship*, Toronto: Brown and Sons Canada, 1997.
- Harahap, Sofyan S, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Salemba Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Oesman, Yevis Marty, Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Costumer Value, dan Costumer dependency, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Ridwan, Ahmad Hasan, *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Ridwan, Muhammad, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil (BMT) edisi revisi*, Yogyakarta: UII Press, 2004.
- Shanmugam, Bala dan Rina Zahari, *A prime On Islamic Finance*, Malaysia: CFA Institute, 2009.
- Sutanto, Herry dan Khaerul Umam, *Menejemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa: Prinsip, penerapan dan penelitian*, Yogyakarta: Andi, 2014.
- \_\_\_\_\_, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2011.

### **Jurnal dan Skripsi**

- Carissa, Anastasha Onna, “Penerapan costumer relationship management (CRM) dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan (Studi kasus di Bnadung sport distro Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 15, No. 1, 2014.
- Dahwal, Sirman, “Etika Bisnis Menurut Hukum Islam”, *Jurnal Etika Bisnis Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. Vol. 3. No. 1, 2014.
- Mar’ah, Toybatul, “Pengaruh Costumer Relationship Management (CRM) terhadap loyalitas nasabah pada produk simpanan wadi’ah di koperasi jasa keuangan syariah Baitut Tamwil Muhammadiyah (BMT) Surya Umbulharjo Yogyakarta” ,*Skripsi* tidak diterbitkan , Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Plessis, M.D and Boon J.A. "Knowlage Management in e-Business and CRM Study Findings", *International Journal of Information Management*, Vol. 24 No. 1, 2011.

Soliman, Hisyam Sayed, "Costumer Relationship Management and Ist Relationship to the marketing performance ", *International Journal Business and Social science*, Vol. 2, No. 10, 2011.

Srivastava, Shervani and Fahey, "Market- Bassed Assets and Shareholder Value: A Frame work for Analysis". *Journal of Marketing*, Vol. 62. No 1, 2010.

Syifullah, Muhammad, "Etika Bisnis Islami dalam Praktik Bisnis Rasulullah", *Jurnal Etika Bisnis IAIN Walisongo Semarang*. Vol. 19 No. 1, 2011.

Zubair, Muhammad Kamal, "Aksioma Etika dalam Ilmu Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Vol. 7, No. 1, 2012.

#### **Lain-lain**

KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Rapat Anggota Tahunan (RAT), 2011.

KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Rapat Aggota Tahunan (RAT), 2012.

KJKS BMT Bina Ihsanul Fikri Rapat Anggota Tahunan (RAT), 2013.

KSPS BMT Bina Ihsanul Fikri Rapat Anggota Tahunan (RAT), 2014.

KSPPS BMT Bina Ihsanul Fikri Rapat Anggota Tahunan (RAT), 2015.

## LAMPIRAN I TERJEMAHAN

### DAFTAR TERJEMAHAN

Bab	No	Halaman	Footnote	Terjemahan
I	1	12	13	Dan dia (Musa) menjawab. “Tuhanku lebih mengetahui siapa yang (pantas) membawa petunjuk dari sisi-Nya dan siapa yang akan mendapat kesudahan (yang baik) di akhirat. Sesungguhnya orang-orang yang dzalim tidak akan mendapat kemenangan
II	2	23	16	Hai orang-orang yang beriman! Maukah kamu Aku tunjukkan suatu perdagangan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang amat pedih?
	3	31	23	...sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan dari sekitarmu...
	4	32	24	Dari Anas bin Malik, dia berkata:” Aku mendengar Rasulullah SAW bersabda: “Barang siapa yang ingin dilapangkan rizkinya dan dikenang hidupnya maka seharusnya ia menjaga hubungan kekerabatan (silaturahim)
	5	33	25	. Hai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adilah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Maha teliti apa yang kamu kerjakan.
	6	34	26	

	<b>7</b>	<b>37</b>	<b>28</b>	Katakanlah (Muhammad), “sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam.
	<b>8</b>	<b>39</b>	<b>30</b>	Hai orang-orang yang beriman! Jadilah kau sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adilah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan takwalah kepada Allah, sungguh, Allah Maha teliti apa yang kamu kerjakan..
	<b>9</b>	<b>42</b>	<b>31</b>	Katakanlah (Muhammad) apakah patut aku mencari tuhan selain Allah, padahal Dialah Tuhan bagi segala sesuatu. Setiap perbuatan dosa seseorang, dirinya sendiri yang bertanggung jawab. Dan seseorang tidak akan memikul beban dosa orang lain
<b>IV</b>	<b>10</b>	<b>67</b>	<b>2</b>	Katakanlah (Muhammad), “Sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam.
	<b>11</b>	<b>68</b>	<b>3</b>	Hai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menajadi saksi dengan adil. dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adilah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Maha teliti apa yang kamu kerjakan.
	<b>12</b>	<b>71</b>	<b>4</b>	Katakanlah (Muhammad), “apakah (patut) aku mencari tuhan selain Allah, padahal Dialah Tuhan bagi segala sesuatu. Setiap perbuatan dosa seseorang, dirinya sendiri yang bertanggungjawab. Dan seseorang tidak akan memikul beban dosa orang lain.

## LAMPIRAN II BIOGRAFI ULAMA

### BIOGRAFI ULAMA

#### A. Yusuf Al-Qardawi

Yusuf al-Qardawi lahir di desa Shafat at-Taurab, Mallah al-kubra, Gharbiah, Mesir, pada 9 September 1926. Nama lengkapnya Yusuf bin Abdullah bin Ali bin Yusuf. Sedangkan al-Qardawi merupakan nama keluarga yang diambil dari nama daerah tempat mereka berasal, yakni al-Qardhah. Ketika usianya belum genap 10 tahun, ia telah mampu menghafal Al-Qur'an al-Karim. Sesuai menamatkan pendidikan di Ma'had Thantha dan Ma'had Tsanawi, ia meneruskan pendidikan ke Fakultas Ushuludhin Universitas al-Azhar, Kairo.

Di antara karya-karya yang paling popular di kalangan perguruan tinggi dan pesantren ialah :

- a. *Al-Halal wa al-haram fi al-Islam*
- b. *Fiqh az-Zakah* (sebagai masalah zakat dan hukumnya)
- c. *Al-Ibadah fi al-Islam* (hal ihwal ibadah dalam Islam)
- d. *An-Nas wa al-Haqq* (tentang manusia dan kebenaran)
- e. *Al-iman wa al-hayyah* (mengenai keimanan dan kehidupan)
- f. *Al-Hulul al-Mustauradah* (paham hulul[Tuhan mengambil tempat pada diri manusia] yang diimporkan dari nono Islam)
- g. *Al-Hill Al-Islam* (kebebasan Islam)
- h. *Syari'ah al-Islam salhiha li at-Tatbiq fi Kulli Zamanin wa makan* (mengenai syariat Islam, elastisitas dan kesesuaian dalam penyerepanya pada setiap masa dan tempat)
- i. *Al-Ijtihad fi asy-Syariah al Islamiyyah* (ijtihad dalam syari'at Islam)
- j. *Fiqh as-siyam* (Fikih puasa)

## LAMPIRAN III DAFTAR WAWANCARA

### **DAFTAR WAWANCARA PIHAK BMT BINA IHSANUL FIKRI**

1. Sejak kapan program CRM dijalankan di BMT BIF?
2. Bagaimana praktik CRM yang dijalankan di BMT BIF?
3. Dari praktik CRM yang dijalankan sejauh mana keberhasilan hubungan anggota dengan BMT BIF?
4. Kebijakan-kebijakan apa saja yang diterapkan di BMT BIF dalam praktik CRM?
5. Bagaimana cara menjaga anggota agar tetap transaksional dengan jumlah anggota yang dimiliki?
6. Kegiatan-kegiatan CRM seperti apa yang ada di BMT?
7. Apakah pengawas dan pengurus memiliki andil besar dalam praktik CRM ini ?  
kalau iya, sejauh mana pengurus berpengaruh?
8. Bagaimana proses CRM yang ada di BMT BIF?
9. Adakah prosedur khusus dalam proses berjalanya CRM di BMT BIF? Kalau ada, seperti apa prosedur tersebut?
10. Apakah praktik CRM ini memberikan dampak dan fungsi terhadap eksistensi BMT ? dampak dan pengaruh yang seperti apa ?
11. Apakah terdapat kendala/resiko dalam proses kegiatan-kegiatan CRM di BIF ?

12. Apakah realisasi praktik CRM di BMT BIF sudah sesuai dengan yang diharapkan ?

#### **DAFTAR PERTANYAAN ANGGOTA**

1. Sejak kapan bapak/ibu melakukan kerjasama/bergabung dengan BMT BIF?
2. Mengapa anda memutuskan untuk bermitra dengan BMT BIF?
3. Apakah anda merasakan dampak sebelum dan sesudah bermitra dengan BMT BIF?
4. Adakah kelebihan/keistimewaan yang ditawarkan saat anda akan bergabung di BMT BIF?

## LAMPIRAN IV SUSUNAN KEPENGURUSAN

### SUSUNAN KEPENGURUSAN KSPS BMT BINA IHSANUL FIKRI 2014-2018:

Ketua : M. Ridwan, S.E., M,Ag.

Sekretaris : Supriyadi,S.H.,M.M.

Bendahara : Saifu Rijal, S.H., M.M.

Pengawas Manajemen KSPS BMT Bina Ihsanul Fikri 2014-2018:

Ketua : Ir. Sushardi, SKH., MP.

Anggota : Ir. Fuad Abdullah

Hadi Muhtar, S.E., M.M

Pengurus Syari'ah KSPS BMT Bina Ihsanul Fikri 2014-2018:

Ketua : Dr. Hamim Ilyas, M.A

Anggota : Nurruddin, S.H., M.A.

#### **Pengelola**

Direktur : Muhammad Ridwan, SE, M.Ag

Manager HRD : Supriyadi ,SH, MM

Internal Audit : Hari Yunianto, SE, AKt

Manager Cabang GK : Saifu Rijal, SH, MM

Manager Cabang Sleman : Nur Astuti Rahmawati, SE

Manager Cabang Nitikan : Yudana Octy Sagijo, SE

Manager Cabang Bugisan : Sutardi, S.H.I

Manager Cabang Pleret : Heni Purnoko, A.Md

Manager Cabang Sleman Kota : Anton Supriyanto, S.IP

Manager Cabang Demangan : Neny Nur aini, SE

Manager Cabang Parangtritis : Sudarmanto, S.Ag

Manager Cabang Gunungkidul : M. Taufiqurrahman, SE

Manager Cabang Brosot : Rina Putra Limawantoro, SE

Manager Cabang Gamping : Hendra Cahyono, S.S



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274)512840, Fax.(0274)545614  
E-mail : [fak.sharia@gmail.com](mailto:fak.sharia@gmail.com) Yogyakarta 55281

No. : UIN.02/K.MU/PP.00.9/ 004 / 2016  
Lamp : 1 buah Proposal Skripsi  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Yogyakarta, 22 Februari 2016

Kepada  
Yth. Kepala Pimpinan BMT Bina Ihsnul Fikri  
di Jl. Rejowingangun No 28B Yogyakarta

***Assalamu'alaikum wr.wb.***

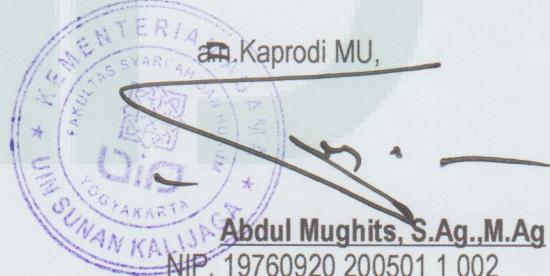
Kaprodi Muamalat Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin kepada mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga sebagaimana yang tersebut di bawah ini :

No.	Nama	NIM	JURUSAN
1.	Narindra Palita Amnesti	12380061	Muamalat

Untuk mengadakan penelitian di BMT Bina Ihsnul Fikri guna mendapatkan data dan informasi dalam rangka Penulisan Karya Tulis Ilmiah (Skripsi) yang berjudul TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP COSTUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) STUDI KASUS DI BMT BINA IHSANUL FIKRI

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya kami ucapan terima kasih

***Wassalamu'alaikum wr.wb.***



**Tembusan :**

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

LAMPIRAN VI DOKUMENTASI

Gambar saat melakukan transaksi dengan anggota :



Gambar saat melakukan salah satu wawancara :



Gambar berkembangnya usaha anggota setelah bergabung dengan BIF:



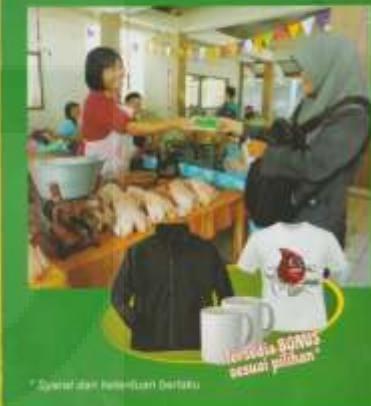
Salah satu foto kegiatan yang diadakan bersama pedagang pasar :



## LAMPIRAN VII BROSUR DAN PAMFLET

### Pamflet dan Brosur yang dibagikan kepada masyarakat/calon anggota:

<p align="center"><b>Sekapur Sireh</b></p> <p>BMT Bina Alfaan Fiif Group merupakan Lembaran Keuangan Syariah yang berkomitmen untuk pengembangan kemitraan dan pembiayaan keperluan dan sistem riba. Dukungan semula alih-alih ilmu pengetahuan dan teknologi. Investasi telah mampu mencapai hasil yang cukup baik dan mikro. Investor akan mendapatkan pilihan produk yang lebih menarik, antara lain: Obligasi Syariah, Penyertaan Musyarakah, Deposito Mudharabah serta simpan tabungan yang lain.</p> <p align="center"><b>Keuntungan Multi M</b></p> <p>Meneutralkan, karena dikelola dengan sistem syariah dan Insya-Allah bebas riba.</p> <p>Menguntungkan, karena bagi hasil lebih besar dari investasi lainnya.</p> <p>Menolong, karena dana digunakan kepada pengusaha kecil mikro</p> <p align="center"><i>"Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkan sita riba (yang belum dimengerti) jika kamu orang-orang yang beriman". (Al-Baqarah : 278)</i></p> <p align="center">Tempat Menabungnya Orang Beriman</p>	<p align="center"><b>Obligasi Syari'ah</b></p> <p><b>A. Pengertian</b> Obligasi Syari'ah merupakan surat pengakuan kemitraan-investasi dalam jangka panjang dengan sistem bagi hasil. Dari pengalaman BMT BiF Group mengelola dana anggota selama lebih dari 10 tahun, Obligasi Syari'ah akan memberikan keuntungan yang lebih baik dunia dan akhirat.</p> <p><b>B. Ketentuan</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Mengisi Formulir keanggotaan.</li><li>2. Jangka waktu minimal 1 tahun dengan nilai per lembar Rp. 1.000.000,-</li><li>3. Sebelum jatuh tempo tidak dapat dicairkan akan tetapi dapat dijaminkan.</li><li>4. Bagi hasil dibayarkan setiap bulan dengan nisbah 55%.</li></ol>	<p align="center"><b>Penyertaan Musyarakah</b></p> <p><b>A. Pengertian</b> Penyertaan Musyarakah merupakan bukti pemberian modal pada BMT BiF Group. Pengalaman berdiri lebih dari 10 tahun dengan modal hanya Rp. 2.250.000,- kini telah tumbuh menjadi Miliaran rupiah. Investasi Penyertaan Musyarakah memberikan keuntungan ganda dunia dan akhirat.</p> <p><b>B. Ketentuan</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Mengisi Formulir keanggotaan.</li><li>2. Jangka waktu minimal 1 tahun dengan nilai per lembar Rp. 1.000.000,-</li><li>3. Dapat dicairkan melalui Rapat Anggota.</li><li>4. Bagi hasil dibayarkan setiap tahun sesuai keputusan musyarakah.</li></ol> <p align="center"><b>Tabah / Deposito</b></p> <p><b>A. Pengertian</b> Tabah merupakan tabungan berjangka mudharabah baik individu maupun lembaga sesuai dengan Syariah. Jangka waktu Tabah-Deposito Mudharabah minimal 3 (tiga) bulan sampai dengan 1 (satu) tahun.</p> <p><b>B. Ketentuan</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Mengisi formulir keanggotaan.</li><li>2. Setoran minimal Rp. 500.000,-</li><li>3. Bagi hasil dengan nisbah sampai 55%</li><li>4. Sebelum jatuh tempo tidak dapat dicairkan, akan tetapi dapat dijaminkan.</li><li>5. Bagi hasil dibayarkan setiap bulan.</li></ol>
--	--	--



**KSPPS**  
**BMT BINA IHSANUL FIKRI**  
*Adil dan Menguntungkan*  
 BH No. 159/BH-KWK. 12/V.1997  
 Kantor Pusat:  
 Jl. Rejowinangun No. 28-B Kotagede Yogyakarta. Telp. (0274) 387860, 4438607/Fax. (0274) 4438607  
 Website: [www.bmt-bif.co.id](http://www.bmt-bif.co.id) E-mail: [nidwan\\_bif@yahoo.co.id](mailto:nidwan_bif@yahoo.co.id)

**20th Melayani**

**Simpanan mudharobah khusus**

**BONUS LANGSUNG TANPA DIUNDI**

**Persembahan MILAD 20 th BIF sampai Mei 2016**

*Syarat dan ketentuan berlaku*

**Produk Syariah:**

TALANGAN HAJI & UMROH	PEMBIAYAAN	SIMPANAN
Melayani Pembayaran : <b>Listrik, Telephone, Pulsa, Dll</b> <b>ONLINE</b>	<input type="checkbox"/> Jual Beli <input type="checkbox"/> Bagi Hasil <input type="checkbox"/> Sewa <input type="checkbox"/> Jasa	<input type="checkbox"/> Haji & Umroh <input type="checkbox"/> Berhadiah Umroh <input type="checkbox"/> Umum <input type="checkbox"/> Pendidikan <input type="checkbox"/> Qurban <input type="checkbox"/> Deposito

**KOTA**

Rejowinangun (0274) 4438607  
 Jl. Rejowinangun No. 28-B Kotagede Yogyakarta

Nitikan (0274) 379832  
 Jl. Nitikan No. 10/28 Kotagede Yogyakarta

Bugisan (0274) 379827  
 Jl. Bugisan No. 20 Kotagede Yogyakarta

**BANTUL**

Pleret (0274) 869738  
 Jl. Pantai Pleret-Jalan Raya Pleret-Bantul

Parangtritis (0274) 430211  
 Jl. Parangtritis Km. 3,5 Kotagede Bantul

Batu Malik Indonesia (0274) 403807  
 Jl. Rejowinangun Sel. 20 K Kotagede Yogyakarta

**SEJERAH**

Banyuwangi (0274) 669738  
 Jl. Rejowinangun No. 12 Kotagede Yogyakarta

Berasan (0274) 750757  
 Jl. Marmur Km. 3,5 Kotagede Bantul

Tajam (0274) 4402488  
 Jl. Tajam Km. 1,5 Rejowinangun Bantul

**KULON PROGO**

Bengkel (0274) 7890088  
 Jl. Bengkel No. 1 Bantul Kulonprogo

**GUNUNG KIDUL**

Wates (0274) 2918888  
 Jl. Wates-Kroya-Solo-Wates  
 Implementasi Peran-Gempar



*Tersedia Bonus sepuasnya*



## LAMPIRAN VIII CURICULUM VITAE

### CURRICULUM VITAE

Nama : Narindra Palita Amnesti  
NIM : 12380061  
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 30 Maret 1994  
Alamat Sekarang : Jl.Munggur GG Werkudoro GK 1/111 RT :14 RW:04  
Demangan,Yogyakarta  
Alamat Rumah :Jl.Minak Agung RT/03 RW/01 Bangsalan  
Kecamatan Sambit, Kabupaten Ponorogo  
Telepone : 085736412145  
Email : Narindrapalita@yahoo.com



#### Pendidikan :

1. 2000-2006 : Sekolah Dasar Negeri 02 Bangsalan.
2. 2006-2009 : MTs Al-Mawaddah.
3. 2009-2012 : MA Al-Mawaddah
4. 2012-sekarang : Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

#### Riwayat Organisasi:

1. Pengurus OSWAH (Organisasi Santriwati Al-Mawaddah tahun 2010-2011)
2. Sekretaris Rayon OSWAH (Organisasi Santriwati Al-Mawaddah) 2010-2011
3. Bagian pengajaran santriwati Al-Mawaddah konsulat Ponorogo
4. Anggota Business Law Centre (BLC) 2014