

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank yang didirikan pada tahun 1999 sebagai hasil merger antara tujuh bank syariah daerah. BSI menyediakan berbagai produk dan layanan perbankan syariah, termasuk tabungan, giro, deposito berjangka, layanan pembiayaan dan investasi, serta kartu debit dan kredit. Bank beroperasi melalui jaringan cabang dan ATM di seluruh Indonesia.

Sebagai bank syariah, BSI mengikuti prinsip-prinsip keuangan Islam, yang melarang pengisian atau pembayaran bunga (riba) dan terlibat dalam kegiatan spekulatif. Sebaliknya, BSI beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), bagi hasil (musyarakah), dan transaksi berbasis aset (murabahah). BSI telah menerima berbagai penghargaan dan pengakuan atas kinerja dan kontribusinya terhadap perkembangan keuangan syariah di Indonesia.

Sejak terjadinya Pandemi Covid-19 di Indonesia pada tahun 2020, menyebabkan krisis di berbagai sektor, salah satunya adalah pada sektor perbankan dimana ini menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan dan CRM guna menjaga dan mempertahankan nasabah supaya tidak pergi atau beralih kepada bank pesaing dengan cara yaitu salah meningkatkan kinerja pelayanan untuk mencapai kepuasan pelanggan guna menciptakan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pada saat pandemi Covid-19 ini.

Peningkatan pelayanan pelanggan saat pandemi ini sangat penting dan untuk meningkatkan kebutuhan akan dukungan kepada pelanggan yang lebih baik, Perusahaan harus tanggap terhadap pelayanan, masalah, atau kebutuhan pelanggan dengan cepat dan efisien pada masa pandemi Covid-19. CRM dapat digunakan untuk mengetahui dan menangani permintaan pelanggan dan kepuasan pelanggan guna meningkatkan loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian di atas tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui secara mendalam mengenai tugas Customer Relationship Marketing sehingga penulis mengambil judul “PERAN CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA”.

I.2 Tujuan

Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk kelulusan Program Studi Perbankan dan Keuangan Program Diploma, pada kegiatan penulisan berlangsung tidak terlepas dari tujuan yang ingin dicapai. Tujuan penulis melakukan Penyusunan Tugas Akhir yaitu sebagai berikut:

- a. Memahami lebih jauh mengenai customer relationship marketing yang sudah berkembang pesat dari waktu ke waktu.
- b. Mengetahui peran customer relationship marketing yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan loyalitas nasabah.
- c. Mengetahui hambatan yang dihadapi bank syariah Indonesia dalam menjaga loyalitas nasabah bank syariah Indonesia.

I.3 Manfaat

Dengan di tulisnya pada tujuan di penulisan tugas akhir di harapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis dalam perkembangan ilmu perbankan pada umumnya di antaranya, sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Bagi Pembaca dan Penulis, hasil laporan tugas akhir ini dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca, diambil dari mata kuliah Praktik Pelayanan Nasabah yang berisi tentang cara menjaga loyalitas nasabah yang baik dan benar.

- b. Manfaat Praktis

Dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dan memberikan manfaat kepada perusahaan untuk mengembangkan inovasi apabila dibutuhkan dan juga diharapkan dapat mampu meningkatkan pelayanan nasabah untuk selalu menjaga loyalitas nasabah