

**APLIKASI E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) PENENTUAN KELAYAKAN PEMBIAYAAN NASABAH
STUDI KASUS BPRS MITRA HARMONI MALANG**

SKRIPSI

**OLEH:
ANGGI FAUZAN HANIF
NIM. 11650058**



**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

HALAMAN PENGANTAR

**APLIKASI *E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (E-CRM)
PENENTUAN KELAYAKAN PEMBIAYAAN NASABAH
STUDI KASUS BPRS MITRA HARMONI MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada :
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Komputer (S.Kom)**

**OLEH:
ANGGI FAUZAN HANIF
NIM. 11650058**

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**APLIKASI E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM)
PENENTUAN KELAYAKAN PEMBIAYAAN NASABAH
STUDI KASUS BPRS MITRA HARMONI MALANG**

SKRIPSI

Oleh :
ANGGI FAUZAN HANIF
NIM. 11650058

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diuji :

Tanggal, 16 Mei 2018

Dosen Pembimbing I



Syahiduz Zaman, M.Kom
NIP. 19700502 200501 1 005

Dosen Pembimbing II



M. Ainul Yaqin, M.Kom
NIP. 19761013 200604 1 004

Mengetahui,

**Ketua Jurusan Teknik Informatika
Fakultas Sains dan Teknologi**

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang




Dr. Crysodian, M.CS
NIP. 19740424 200901 1 008

HALAMAN PENGESAHAN

APLIKASI E-CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (E-CRM) PENENTUAN KELAYAKAN PEMBIAYAAN NASABAH STUDI KASUS BPRS MITRA HARMONI MALANG

SKRIPSI

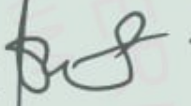
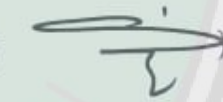
Oleh :
ANGGI FAUZAN HANIF
NIM. 11650058

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer (S.Kom)
Tanggal : Juni 2018

Susunan Dewan Penguji

1. Penguji Utama : Dr. Suhartono, M.Kom
NIP. 19680519 200312 1 001
2. Ketua : Fatchurrochman, M.Kom
NIP. 19700731 200501 1 002
3. Sekretaris : Syahiduz Zaman, M.Kom
NIP. 19700502 200501 1 005
4. Anggota : M. Ainul Yaqin, M.kom
NIP. 19761013 200604 1 004

Tanda Tangan

()
()
()
()

Mengesahkan,

Ketua Jurusan Teknik Informatika
Fakultas Sains dan Teknologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang




Dedy Crysdiyan, M.CS
NIP. 19740424 200901 1 008

**HALAMAN PERNYATAAN
ORISINALITAS PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anggi Fauzan Hanif

NIM : 11650058

Jurusan : Sains dan Teknologi / Teknik Informatika

Jurusan : Sains dan Teknologi / Teknik Informatika

Judul Penelitian : **APLIKASI E-CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (E-CRM) PENENTUAN KELAYAKAN
PEMBIAYAAN TERHADAP NASABAH STUDI KASUS
BPRS MUTRA HARMONI MALANG**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur jiplakan, maka saya bersedia untuk mempertanggung jawabkan, serta diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Malang, 04 Juli 2018

Penulis,


Anggi Fauzan Hanif
NIM. 11650058

MOTTO

*"Happiness is not about how much
money we have, but it is a
representation of how often we can be
thankful for all we have"*
(Ang Fau Han)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah robbil ‘alamiin, puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat kekuatan dan semangat tiada tara untuk menyelesaikan kewajiban saya menuntut ilmu di kampus ini. Dengan segenap rasa syukur yang mendalam, skripsi ini saya persembahkan untuk :

Ibuku Hj. Dyah Kusumaningtyas dan Bapakku H. Ahmad Syamsu

atas berkah doa restu serta dukungan moril dan materiil
yang tak akan pernah bisa terbalaskan

Adik Zidan A. A. Dan Adik Nabilla K. F.

atas doa dan canda guranya yang membuat hiruk pikuk di rumah
saat pulang ke kampung halaman

My Fiancee

atas segala bentuk support, bantuan, doa dan dukungan untuk
menyelesaikan penelitian ini.

Teman-teman TI 2011, Saudara dan Kerabatku

yang telah memberikan support, dukungan dan doa. Saya ucapkan banyak
terima kasih kepada kalian semua.

***Kepada Seluruh Dosen dan Pihak yang Berjasa, dalam
Menyelesaikan Skripsi ini secara Langsung Maupun
Tidak Langsung***

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta Salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita, kekasih Allah, Nabi Muhammad SAW, sang pemberi syafaat kelak di hari akhir, beserta seluruh keluarga, sahabat, dan para pengikutnya.

Penelitian skripsi yang berjudul “*Aplikasi E-Customer Relationship Management (E-CRM) Penentuan Kelayakan Pembiayaan Nasabah Studi Kasus BPRS Mitra Harmoni Malang*” ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang. Karya penelitian skripsi ini tidak akan pernah ada tanpa bantuan baik moral maupun spiritual dari berbagai pihak yang telah terlibat. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si, selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Syahiduz Zaman, M.Kom selaku dosen pembimbing I serta dosen wali yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memotivasi, mengarahkan dan memberi masukan dalam pengerjaan skripsi ini hingga akhir dan telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan,

berbagai pengalaman, arahan, nasihat, motivasi dan pengarahan dalam pembangunan program hingga penyusunan skripsi ini.

3. Bapak M. Ainul Yaqin, M.Kom, selaku dosen pembimbing 2 yang selalu memberi masukan, serta pengarahan dalam penyusunan laporan skripsi ini.
4. Ibuku dan Bapakku dan adik-adikku serta keluarga besar tercinta yang selalu memberi dukungan yang tak terhingga serta doa yang senantiasa mengiringi setiap langkah.
5. Dr. Cahyo Crysdian selaku ketua jurusan Teknik Informatika yang mendukung dan mengarahkan skripsi ini.
6. Segenap civitas akademika Fakultas Saintek, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang terutama seluruh dosen, terima kasih atas segala ilmu dan bimbingannya.
7. Seluruh teman-teman Informatika terutama angkatan 2011, terima kasih atas bantuan yang luar biasa, hingga saya bisa mencapai gelar ini.

Harapan penulis semoga semua amal kebaikan dan jasa-jasa dari semua pihak yang telah membantu hingga skripsi ini selesai diterima oleh Allah SWT, serta mendapatkan balasan yang lebih baik dan berlipat ganda.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan yang disebabkan keterbatasan Harapan penulis, semoga karya ini bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan bagi kita semua, Aamiin.

Malang, 4 Juli 2018

Penulis

Anggi Fauzan Hanif

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pengertian Pembiayaan	9
2.1.1 Jenis Pembiayaan Berdasarkan Tujuan Penggunaan	11
2.1.2 Jenis Pembiayaan Berdasarkan Sifat Penggunaan	12
2.2 <i>Customer Relation Management</i> (CRM).....	13
2.3.1 E-Customer Relationship Management (e-CRM).....	15
2.3.2 Manfaat	15
2.3.3 Tujuan	17
2.3.4 Jenis-jenis CRM.....	19
2.3.5 Konsep Dasar	21
2.3.6 Implementasi.....	22
2.3 Perbankan Syariah.....	23

2.3.1	Tujuan	24
2.3.2	Lembaga.....	25
2.3.2.1.	Bank Syariah.....	25
2.3.2.2.	Bank Perkreditan Rakyat Syariah	26
2.3.2.3.	Unit Usaha Syariah	27
2.3.3	Produk [26].....	27
2.3.3.1.	Berdasarkan Penyaluran Dana	27
2.3.3.2.	Berdasarkan Penghimpun Dana	31
2.3.3.3.	Berdasarkan Jasa Keuangan	33
2.3.4	Keputusan Kelayakan Pemberian Pembiayaan.....	34
2.3.5	Fungsi.....	40
2.3.6	Dasar Hukum	42
2.3.5.1.	Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998.....	43
2.3.5.2.	Undang Undang Nomor 23 Tahun 1999.....	44
2.3.5.3.	Undang Undang Nomor 21 Tahun 2008.....	44
2.3.5.4.	Peraturan Bank Indonesia	45
2.3.5.5.	Fatwa Majelis Ulama Indonesia.....	45
2.3.5.6.	Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2008	46
2.4	<i>Business Process Management (BPM)</i>	47
2.4.1	Pengertian BPM	47
2.4.2	Komponen Utama BPM.....	48
2.4.3	Manfaat BPM.....	49
2.4.4	Business Process Modeling Notation (BPMN).....	51
2.5	Penelitian Terkait.....	52
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		59
3.1	Identifikasi Masalah	59
3.2	Metode Pengumpulan Data	60
3.2.1	Observasi.....	60
3.2.2	Studi Literatur	60
3.3	Analisis Kebutuhan Sistem.....	60
3.3.1	Kebutuhan Fungsional	61
3.3.2	Kebutuhan Non-Fungsional	63

3.4 Metode Pengembangan Sistem.....	63
3.5 Identifikasi dan Analisis Proses Bisnis.....	66
3.5.1 Identifikasi Proses bisnis.....	66
3.5.2 Analisis Proses Bisnis	67
3.6 Desain Sistem	68
3.6.1 BPMN	68
3.6.2 Desain Input	73
3.6.3 Desain Output.....	83
3.6.4 Desain Proses	85
3.6.5 Desain Sistem.....	87
3.6.6 Desain Database	95
3.7 Pengerjaan Sistem	97
3.8 Pengujian Sistem	97
3.9 Implementasi Sistem	97
3.10 Pembuatan Laporan Skripsi.....	98
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	99
4.1 Inplementasi Program.....	99
4.2 Implementasi Antarmuka/ <i>Interface</i>	99
2.3.1 Antarmuka Halaman <i>User Admin</i>	99
2.3.7 Antarmuka Halaman <i>User Nasabah</i>	112
4.3 Pengujian Sistem	114
4.3.1 Pengujian Oleh Peneliti (Pengujian Mandiri)	115
4.3.2 Pengujian Berdasarkan Narasumber	115
BAB 5 KESIMPULAN.....	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Transaksi Sewa (ijarah).....	28
Gambar 2.2 Alur Pembiayaan Musyarakah	29
Gambar 2.3 Alur Pembiayaan Mudharabah.....	30
Gambar 2.4 Alur Akad Jual Beli (ba'i)	30
Gambar 3.1 Proses Persiapan Berkas oleh Nasabah	68
Gambar 3.2 Pengisian Formulir Pengajuan dan Pengecekan Berkas	69
Gambar 3.3 Penyerahan Berkas Kepada Marketing	70
Gambar 3.4 Survei Lapangan.....	70
Gambar 3.5 Cek Kekurangan Berkas Aguan	71
Gambar 3.6 Pembuatan Proposal Oleh Marketing.....	72
Gambar 3.7 Pemberian Persetujuan Direksi	72
Gambar 3.8 Pemberitahuan Kepada Marketing Dan Admin	73
Gambar 3.9 Penerimaan Pendanaan Oleh Nasabah	73
Gambar 3.10 Desain Input Data Nasabah Oleh Admin	74
Gambar 3.11 Desain Input Data Pekerjaan Nasabah Oleh Admin.....	74
Gambar 3.12 Desain Form Edit Data Nasabah Oleh Admin	75
Gambar 3.13 Desain Form Edit Data Pekerjaan Oleh Admin	75
Gambar 3.14 Desain Form Tambah Pendanaan Oleh Admin.....	76
Gambar 3.15 Desain Form Tambah User Oleh Admin.....	76
Gambar 3.16 Desain Form Edit Data User Oleh Admin	77
Gambar 3.17 Desain Input Data Nasabah Oleh Marketing.....	77
Gambar 3.18 Desain Input Data Pekerjaan Oleh Marketing.....	78
Gambar 3.19 Desain Edit Data Nasabah Oleh Admin.....	78
Gambar 3.20 Desain Form Edit Pekerjaan Oleh Marketing	79
Gambar 3.21 Desain Form Tambah Pendanaan Oleh Marketing	79
Gambar 3.22 Form Registrasi Nasabah Baru.....	80
Gambar 3.23 Desain Input Data Pribadi Oleh Nasabah.....	80
Gambar 3.24 Desain Input Data Pribadi Oleh Nasabah.....	81
Gambar 3.25 Desain Edit Data Pribadi Nasabah	81
Gambar 3.26 Desain Edit Data Pekerjaan Oleh Nasabah	82

Gambar 3.27 Desain Tambah Pengajuan Pendanaan Oleh Nasabah	82
Gambar 3.28 Desain Edit Data Pengajuan Oleh Nasabah	83
Gambar 3.29 Desain Output Tabel Nasabah.....	84
Gambar 3.30 Desain Output Data Pribadi Nasabah.....	84
Gambar 3.31 Desain Output Tabel Pengajuan Pendanaan Nasabah.....	84
Gambar 3.32 Desain Output Detail Pengajuan Pendanaan.....	85
Gambar 3.33 Desain Output Data User.....	85
Gambar 3.34 Diagram ERC Aplikasi e-CRM.....	97
Gambar 4.1 Antarmuka Halaman Login.....	99
Gambar 4.2 Halaman Dashboard Admin.....	100
Gambar 4.3 Halaman Dashboard Marketing	101
Gambar 4.4 Halaman Nasabah Level Admin	102
Gambar 4.5 Halaman Nasabah Level Marketing.....	102
Gambar 4.6 Halaman Tambah Data Nasabah Oleh Admin	103
Gambar 4.7 Halaman Tambah Data Nasabah Oleh Marketing.....	103
Gambar 4.8 Halaman Detail Data Nasabah Oleh Admin	104
Gambar 4.9 Halaman Detail Data Nasabah Oleh Marketing.....	104
Gambar 4.10 Halaman Edit Data Nasabah Oleh Admin.....	105
Gambar 4.11 Halaman Edit Data Nasabah Oleh Marketing.....	105
Gambar 4.12 Halaman Pengajuan Pendanaan Oleh Admin.....	106
Gambar 4.13 Halaman Pengajuan Pendanaan Oleh Marketing	106
Gambar 4.14 Halaman Tambah Data Pengajuan Oleh Admin	107
Gambar 4.15 Halaman Tambah Data Pengajuan Oleh Marketing.....	107
Gambar 4.16 Halaman Detail Data Pengajuan Oleh Admin.....	108
Gambar 4.17 Halaman Detail Data Pengajuan Oleh Marketing.....	109
Gambar 4.18 Halaman Tidak Kesesuaian Data Pembiayaan Oleh Admin	109
Gambar 4.19 Halaman Kesesuaian Data Pembiayaan Oleh Admin	110
Gambar 4.20 Halaman Tidak Kesesuaian Data Pengajuan Oleh Marketing	110
Gambar 4.21 Halaman Kesesuaian Data Pengajuan Oleh Marketing.....	110
Gambar 4.22 Halaman Manajemen User Oleh Admin	111
Gambar 4.23 Halaman Tambah User Oleh Admin.....	111
Gambar 4.24 Halaman Edit Data User Oleh Admin.....	112

Gambar 4.25 Halaman Login User Nasabah.....	112
Gambar 4.26 Halaman Registrasi Nasabah Baru	113
Gambar 4.27 Halaman Verifikasi Nasabah.....	113
Gambar 4.28 Halaman Detail Data Pribadi Nasabah.....	113
Gambar 4.29 Halaman Edit Data Pribadi Nasabah.....	114
Gambar 4.30 Halaman Pengajuan Pendanaan Nasabah.....	114



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Umum dan BPR [24]	26
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terkait	52
Tabel 3.1 Tabel Desain Proses	85
Tabel 3.2 Desain Sistem	87



ABSTRAK

Hanif, Anggi Fauzan. 2018. *Aplikasi E-Customer Relationship Management (E-CRM) Penentuan Kelayakan Pembiayaan Nasabah Studi Kasus BPRS Mitra Harmoni Malang*. Skripsi. Teknik Informatika. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
Pembimbing: (I) Syahiduz Zaman, M.Kom, (II) M. Ainul Yaqin, M.Kom

Kata Kunci: E-CRM, Penentuan Kelayakan Pembiayaan, BPRS, Pembiayaan Nasabah, Permodalan Nasabah

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Harmoni adalah salah satu bentuk layanan perbankan Syariah di Indonesia. BPRS Mitra Harmoni menyediakan tiga layanan dasar guna membantu meningkatkan pertumbuhan perekonomian masyarakat menengah ke bawah khususnya dan semua lapisan masyarakat pada umumnya. Diantara bentuk layanan perbankan yang ditawarkan adalah pembiayaan atau permodalan. Untuk mendapatkan layanan perbankan yang berupa pembiayaan atau permodalan saat ini pada umumnya masih menggunakan sistem manual. Dengan cara nasabah datang ke bank, mengisi formulir yang telah disediakan, memenuhi persyaratan pengajuan pembiayaan. Tidak semua nasabah mendapatkan layanan pembiayaan atau permodalan yang dibutuhkan, dikarenakan beberapa faktor yang mempengaruhi di antaranya pendapatan bulanan yang tidak memenuhi syarat, kelengkapan dokumen jaminan dan masih memiliki beberapa tanggungan ekonomi yang menyebabkan nasabah tidak bisa mendapatkan atau tidak sepenuhnya mendapatkan pembiayaan atau permodalan tersebut. CRM merupakan strategi bisnis yang digunakan untuk mengefisien suatu proses bisnis dalam sebuah perusahaan yang berkaitan dengan pelanggan. Pada perbankan, strategi bisnis ini efisien diterapkan untuk memperbaiki tingkat kepuasan pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan akan meningkat, seiring dengan itu pendapatan perusahaan akan meningkat dengan pelanggan yang ada. Dengan diterapkannya CRM dalam penelitian ini, peneliti berharap CRM mampu mengatasi permasalahan dalam proses pengajuan permohonan pembiayaan dan bisa memudahkan nasabah untuk segera mengetahui kelayakan pembiayaan atau permodalan yang akan mereka dapatkan dari bank dengan memenuhi beberapa persyaratan yang diharuskan. Selain itu, pihak bank juga bisa mengefisiensi waktu pelengkapan berkas nasabah oleh surveyor atau marketing dan pemasukan data nasabah yang akan mengajukan pembiayaan atau permodalan.

ABSTRACT

Hanif, Anggi Fauzan. 2018. *E-Customer Relationship Management (E-CRM) Application to Determine the Feasibility of Customers' Finance; A Case Study at BPRS Mitra Harmoni Malang*. Undergraduate Thesis. Department of Informatics Engineering. Faculty of Science and Technology. State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

Key word: E-CRM, Determining the Feasibility of Customers' Finance, Customers' Finance, BPRS

BPRS Mitra Harmoni considers as one example of Syariah banking services. Furthermore, it has three basic services which function to increase the economic growth of all classes society especially the middle-class society. One example of the service which is offered by BPRS Mitra Harmoni is finance or capital. However, currently the system which is integrated for finance or capital is still using manual system. The manual system demands the customers to go to the bank then fill the available forms and fulfill the requirements to offer a finance. Yet, some customers' offers can be rejected because of some factors such as monthly income which does not meet the requirements, the incompleteness of assurance documents and having some economical bails. Therefore, to cope with the problem occurred during the process of finance offering, integrating CRM can be the best solution. CRM constitutes as a business strategy which is applied to render efficient a business process in a company which is related with customers. In banking system, this business strategy is efficient to be integrated to enhance the level of customers' satisfaction so that their loyalty is also increased. Along with the increased loyalty of customers, certainly the company's income will also be increased. Additionally, CRM also functions to help the customers to know the feasibility of their offer on finance or capitalization from the bank by fulfilling some requirements. Besides, CRM is not only bringing benefit for the customers, but the bank also gets the profit from it. The bank can render efficient if the time for completing customers' documents by surveyor or marketing and the registration of customers' data which will offer the finance or capital.

ملخص

حنيف ، أنجي فوزان. 2018. تطبيق إدارة علاقات العملاء الإلكترونية (E-CRM) تحديد جدوى دراسة حالة تمويل العميل. البحث العلمي. قسم المعلوماتية. كلية العلوم والتكنولوجيا. جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرف : (الأول) فريسي نوغروهو ، ماجستير الهندسة (الثاني) هاني نورحياتي ، درجة الماجستير في الهندسة

الكلمات الأساسية : E-RCM ، تحديد جدوى التمويل ، BPRS ، تمويل العملاء ، رأس مال العميل

BPRS Mitra Harmoni Malang هو أحد أشكال الخدمات المصرفية الشرعية في إندونيسيا . BPRS Mitra Harmoni يوفر ثلاث خدمات أساسية للمساعدة في تحسين النمو الاقتصادي للطبقة المتوسطة الدنيا بشكل خاص وجميع مستويات المجتمع بشكل عام . من بين أشكال الخدمات المصرفية المقدمة التمويل أو رأس المال . للحصول على الخدمات المصرفية في شكل تمويل أو رأس المال في هذا الوقت ما زال استخدام النظام اليدوي عموما . عن طريق العملاء القادمين إلى البنك ، وملتء النموذج الذي تم توفيره ، وتلبية متطلبات مقترح التمويل . لا يمتلك جميع العملاء خدمات التمويل أو رأس المال اللازمة ، وذلك بسبب العديد من العوامل التي تؤثر ، من بين أمور أخرى ، على الدخل الشهري غير المشروط ، وإكمال وثائق الضمان ، ولا تزال لديها بعض الاعتمادات الاقتصادية التي تجعل العميل غير قادر على الحصول على التمويل أو رأس المال أو الحصول عليه بشكل كامل . CRM هي إستراتيجية الأعمال المستخدمة لتبسيط عملية الأعمال داخل شركة مرتبطة بالعمل . في مجال الأعمال المصرفية ، يتم تطبيق استراتيجية الأعمال الفعالة هذه لتحسين مستوى رضا العملاء ، بحيث يزداد ولاء العملاء ، بالإضافة إلى زيادة عائدات الشركة مع العملاء الحاليين . من خلال تطبيقه CRM . إدارة علاقات العملاء في هذه الدراسة ، يأمل الباحثون CRM قادرة على التغلب على المشاكل في عملية التقدم للحصول على التمويل ويمكن أن يسهل على العملاء معرفة جدوى التمويل أو رأس المال الذي سيحصلون عليه من البنك عن طريق تلبية العديد من المتطلبات المطلوبة . بالإضافة إلى ذلك ، يمكن للبنك أيضا أن يقوم بإتمام ملف العملاء من قبل المساحين أو التسويق وإدخال البيانات للعملاء الذين سيتقدمون بطلبات التمويل أو رأس المال .

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kondisi dunia perbankan di Indonesia telah mengalami banyak perubahan dari waktu ke waktu. Perubahan ini selain disebabkan oleh perkembangan internal dunia perbankan, juga tidak lepas dari pengaruh perkembangan di luar dunia perbankan, seperti sektor riil dalam perekonomian, politik, hukum, dan sosial. Perkembangan faktor internal dan eksternal perbankan tersebut dimulai dari serangkaian paket-paket deregulasi di sektor riil dan moneter yang dimulai sejak 1980-an sampai pada masa krisis ekonomi sejak akhir 1990-an menyebabkan kondisi perbankan di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menegaskan, sampai saat ini kondisi kesehatan bank secara umum masih bagus. Dari 118 bank, sebagian besar memiliki nilai II atau bagus dan hanya sekitar 10 persen yang nilai III atau standar. [1].

Pada tahun 1988, Pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Deregulasi Perbankan 1988 (Pakto 88) yang membuka kesempatan seluas-luasnya kepada bisnis perbankan harus dibuka seluas-luasnya untuk menunjang pembangunan (liberalisasi sistem perbankan). Meskipun lebih banyak bank konvensional yang berdiri, beberapa usaha-usaha perbankan yang bersifat daerah yang berasaskan syariah juga mulai bermunculan [2].

Tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Pada tanggal 18 – 20 Agustus 1990,

Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut kemudian dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta 22 – 25 Agustus 1990, yang menghasilkan amanat bagi pembentukan kelompok kerja pendirian bank Islam di Indonesia. Kelompok kerja dimaksud disebut Tim Perbankan MUI dengan diberi tugas untuk melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak yang terkait.

Hasil kerja Tim Perbankan MUI tersebut adalah berdirilah bank syariah pertama di Indonesia yaitu PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang sesuai akta pendiriannya, berdiri pada tanggal 1 November 1991. Sejak tanggal 1 Mei 1992, BMI resmi beroperasi dengan modal awal sebesar Rp 106.126.382.000,-

Perbankan Syariah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram (misal : usaha yang berkaitan dengan produksi makanan/minuman haram, usaha media yang tidak Islami dan sebagainya), di mana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional. Seperti yang tertera pada Al Qur'an surat Ali Imron ayat 30 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ .
وَاتَّقُوا النَّارَ الَّتِي أُعِدَّتْ لِلْكَافِرِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. Peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang yang kafir.” (Qs. Ali Imron [3]: 130)

Filosofi model Bank Syariah adalah *Credit is fundamental right* (kredit adalah hak bagi setiap orang) untuk mendapatkannya termasuk orang miskin guna memberikan kesempatan untuk meningkatkan pendapatan dan memenuhi semua keperluan hidupnya [3]. Dalam hal ini diwujudkan dalam bentuk terciptanya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berusaha mengoptimalkan sumber daya yang ada dalam masyarakat kecil itu sendiri yang selama ini belum tersentuh oleh langkah pemerintah.

UMKM merupakan sumber pendapatan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Unit usaha ini menyerap hampir 90 persen tenaga kerja namun hanya menyumbang 50 persen dari *Gross Domestic Product*. Sangat disayangkan sekali sebab, dari 90 persen tenaga kerja sebenarnya masih bisa menyerap peluang bisnis lebih dari 50 persen [4]. Sebenarnya UMKM ini banyak sekali mengalami hambatan dalam pelaksanaannya. Seperti dalam hal perizinan, sumber daya manusia, promosi dan dalam hal pembiayaan. Faktor-faktor inilah yang menjadi penghambat bagi perkembangan UMKM saat ini. Bank Indonesia (BI) menilai, porsi penyaluran kredit untuk UMKM masih sangat minim. BI mencatat, sampai saat ini penyaluran kredit ke UMKM baru sebesar 19,7% terhadap total penyaluran kredit perbankan [5].

Dalam praktiknya, salah satu tujuan perbankan adalah untuk pemeratakan pertumbuhan ekonomi masyarakat, salah satunya dengan UMKM, serta menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Bank menerima simpanan dan menyalurkan simpanan tersebut sebagai kredit. Bank menghadapi kemungkinan peminjam gagal bayar. Kegagalan pembayaran pinjaman membuat bank harus menanggung kerugian karena simpanan nasabah harus dikembalikan. Di satu sisi

bank harus berani mengambil risiko dengan menyalurkan kredit, di sisi lain bank harus bisa mengelola risiko dengan memastikan pinjaman diberikan kepada debitur yang mampu mengembalikan kewajiban tepat waktu.

Pemberian pembiayaan atau kredit dari bank kepada UMKM telah diatur dalam PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR 17/12/PBI/2015 tentang pembiayaan oleh bank umum dan bantuan teknis dalam rangka pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. Dalam peraturan tersebut, disebutkan bahwa bank wajib memberikan kredit atau pembiayaan kepada UMKM dengan jumlah kredit atau pembiayaan ditetapkan paling rendah 20% yang dihitung berdasarkan rasio kredit atau pembiayaan UMKM terhadap total kredit atau pembiayaan. Pencapaian rasio pemberian Kredit atau Pembiayaan UMKM dilakukan secara bertahap, dan sejak tahun 2018 rasio kredit atau pembiayaan UMKM terhadap total kredit atau pembiayaan paling rendah 20%.

Selain UMKM, banyak masyarakat khususnya dengan ekonomi menengah ke bawah yang membutuhkan pendanaan atau permodalan guna melengkapi kebutuhan pokok mereka. Dalam hal ini, secara umum masyarakat yang akan mengajukan permodalan atau pembiayaan, beberapa dari mereka tidak mengetahui alur pengajuan permodalan atau pembiayaan yang mereka ajukan, persyaratan yang wajib untuk dilengkapi, serta beberapa persyaratan lainnya. Birokrasi masing-masing bank yang berbeda-beda pada proses pengajuan pendanaan juga menjadi salah satu faktor penghambat calon nasabah untuk memperoleh pendanaan atau permodalan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini bisa berdampak dengan loyalitas nasabah atau pelanggan yang semakin berkurang karena birokrasi bank yang terlalu panjang untuk satu proses bisnis.

CRM merupakan strategi bisnis yang digunakan untuk mengefisien suatu proses bisnis dalam sebuah perusahaan yang berkaitan dengan pelanggan. Pada perbankan, strategi bisnis ini efisien diterapkan untuk memperbaiki tingkat kepuasan pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan akan meningkat, seiring dengan itu pendapatan perusahaan akan meningkat dengan pelanggan yang ada. [6] Paradigma dan cara berpikir perusahaan tidak lagi didominasi pada bagaimana cara mendapatkan pelanggan baru, tetapi lebih ke bagaimana mempertahankan pelanggan lama. Karena menurut survei, biaya untuk mempertahankan pelanggan lama jauh lebih murah dari biaya untuk mendapatkan pelanggan baru. Pelanggan lama juga mempunyai potensi yang besar bukan hanya dalam penggunaan produk atau layanan perusahaan yang mereka pakai sekarang, tetapi juga produk dan layanan perusahaan yang lain. Asal pelanggan puas, perusahaan punya potensi untuk melakukan penjualan produk atau layanan yang berbeda.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Harmoni adalah salah satu bentuk layanan perbankan Syariah di Indonesia. BPRS Mitra Harmoni menyediakan tiga layanan dasar guna membantu meningkatkan pertumbuhan perekonomian masyarakat menengah ke bawah khususnya dan semua lapisan masyarakat pada umumnya. Salah satu bentuk layanan perbankan yang ditawarkan BPRS Mitra Harmoni adalah pembiayaan atau permodalan.

Layanan pembiayaan atau peminjaman modal diperuntukkan bagi semua lapisan masyarakat yang memerlukan modal atau biaya secara finansial untuk mencukupi berbagai kebutuhan seperti modal usaha, investasi, pembelian kendaraan bermotor, renovasi rumah, biaya sekolah, naik haji dan umrah, serta keperluan lain yang halal dan tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Pembayarannya pun berlandaskan prinsip syariah dengan akad jual beli (*murabahah*) dan multi jasa.

Untuk mendapatkan layanan perbankan yang berupa pembiayaan atau permodalan saat ini pada umumnya masih menggunakan sistem manual. Dengan cara nasabah datang ke bank, mengisi formulir yang telah disediakan, memenuhi persyaratan pengajuan pembiayaan. Untuk mendapatkan keputusan mengenai kelayakan nasabah untuk mendapatkan pembiayaan atau permodalan tersebut, nasabah masih harus menunggu beberapa hari. Tidak semua nasabah mendapatkan layanan pembiayaan atau permodalan yang dibutuhkan, dikarenakan beberapa faktor yang mempengaruhi di antaranya pendapatan bulanan yang tidak memenuhi syarat, kelengkapan dokumen jaminan dan masih memiliki beberapa tanggungan ekonomi yang menyebabkan nasabah tidak bisa mendapatkan atau tidak sepenuhnya mendapatkan pembiayaan atau permodalan tersebut.

Dengan diterapkannya CRM dalam penelitian ini, peneliti berharap CRM mampu mengatasi permasalahan dalam proses pengajuan permohonan pembiayaan dan bisa memudahkan nasabah untuk segera mengetahui kelayakan pembiayaan atau permodalan yang akan mereka dapatkan dari bank dengan memenuhi beberapa persyaratan yang diharuskan. Selain itu, pihak bank juga bisa mengefisiensi waktu pelengkapan berkas nasabah oleh surveyor atau marketing dan pemasukan data nasabah yang akan mengajukan pembiayaan atau permodalan. Penilaian ini dilakukan pada BPRS Mitra Harmoni Malang sebagai studi kasus.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana mengoptimasi proses bisnis penentuan kelayakan pembiayaan terhadap nasabah BPRS Mitra Harmoni Malang menggunakan strategi bisnis CRM?
2. Bagaimana aplikasi ini meningkat jumlah nasabah?

1.3 Tujuan Penelitian

2. Merancang dan membangun suatu sistem informasi yang dapat mengoptimalkan proses bisnis pembiayaan terhadap nasabah BPRS Mitra Harmoni Malang.
3. Mengembangkan sistem informasi penentuan kelayakan pembiayaan terhadap nasabah BPRS Mitra Harmoni Malang dengan strategi bisnis E-CRM.

1.4 Batasan Masalah

1. Penelitian dilakukan pada data nasabah yang digunakan untuk menentukan kelayakan pembiayaan terhadap nasabah BPRS Mitra Harmoni Malang
2. Data yang dikelola adalah data pribadi nasabah yaitu data pekerjaan dan tanggungan, jumlah pembiayaan itu sendiri, dan jangka waktu pembiayaan yang diajukan oleh nasabah.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan ialah:

1. Dapat membantu mempercepat pengambilan keputusan dalam penentuan pemberian pembiayaan dengan kondisi beberapa nasabah memenuhi semua kriteria yang ditentukan.

2. Memberikan rekomendasi kepada pihak bank untuk menentukan nasabah yang layak untuk diberikan pembiayaan.
3. Membantu nasabah menganalisa kelayakan pengajuan pembiayaan dari segi jumlah pembiayaan, tanggungan dan penghasilan sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada BPRS.



BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pembiayaan

Secara khusus, pembiayaan Islam ditentukan oleh ayat-ayat Al-Quran, yang menghalalkan perdagangan, mengharamkan riba (QS, al-Baqarah: 275)

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Serta memerintahkan manusia untuk tolong menolong dalam kebajikan (QS. al-Maidah: 2)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-

menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

Pembiayaan dalam arti secara luas diartikan sebagai pendanaan yang di keluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh orang lain [7]. Sedangkan menurut Antonio, pembiayaan adalah pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit [8].

Adapun pengertian pembiayaan menurut berbagai literatur yang ada sebagai berikut. Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang di biayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil [9]. Sedangkan menurut Undang-Undang Perbankan Syariah (UUPS) No. 21 Tahun 2008, pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa [10]:

1. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*.
2. Transaksi sewa menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiyah bit tamlik*.
3. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam* dan *istishna*’.
4. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang dan *qardh*.
5. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multi jasa, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan/atau Unit Usaha Syariah (UUS) dan pihak lain yang mewajibkan pihak-pihak yang dibiayai dan/atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut

setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan atau bagi hasil.

2.1.1 Jenis Pembiayaan Berdasarkan Tujuan Penggunaan

Secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan dan sifat penggunaannya yaitu [7]:

1. Pembiayaan dengan prinsip jual beli (*ba''i*)

Prinsip jual beli (*ba''i*) adalah prinsip jual beli yang dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan hak milik barang atau benda (*Transfer Of Property*), yang mana tingkat keuntungan ditentukan di awal dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayaran dan waktu penyerahan sebagai berikut:

- a. Pembiayaan *Murabahah*
- b. Pembiayaan *Salam*
- c. Pembiayaan *Istisna*

2. Pembiayaan dengan Prinsip Sewa (*Ijarah*)

Transaksi *ijarah* dilandasi oleh adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, pada *ijarah* objek transaksi adalah jasa. Pada akhir masa sewa, bank dapat saja menjual barang yang disewakan kepada nasabah.

3. Berdasarkan prinsip bagi hasil

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan atas prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut:

- a. Pembiayaan *Musyarakah*
- b. Pembiayaan *Mudharabah*

4. Pembiayaan dengan akad pelengkap

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tetapi di tujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Meskipun tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, dalam akad pelengkap ini diperbolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan sebuah akad. Adapun jenis-jenis akad pelengkap ini adalah sebagai berikut:

- a. *Hiwalah* (Alih Hutang-Piutang)
- b. *Rahn* (Gadai)
- c. *Qardh* (penyediaan dana tagihan)
- d. *Wakalah* (Perwakilan)
- e. *Kafalah* (Garansi Bank)

2.1.2 Jenis Pembiayaan Berdasarkan Sifat Penggunaan

Sedangkan menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal, yaitu:

1. Pembiayaan Produktif

Yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.

2. Pembiayaan Konsumtif

Yaitu pembiayaan yang dipergunakan untuk memenuhi konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

2.2 Customer Relation Management (CRM)

CRM adalah usaha sebuah perusahaan untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan (supaya tidak lari ke pesaing) dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telepon, email, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan staf sales dan marketing [9].

CRM adalah sebuah strategi bisnis menyeluruh dalam suatu perusahaan yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan. Dengan demikian melalui CRM perusahaan dapat melakukan pendekatan sehingga dapat menarik sejumlah informasi mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan [10].

Dalam pelaksanaannya, CRM mempunyai enam komponen yang mendasari, yaitu [11, p. 6]:

1. Teknologi

Teknologi memiliki peranan dalam CRM. Pertama, adalah membangun *database* pelanggan mulai dari sistem operasi hingga transaksi. Kedua, menganalisis siapa pelanggan paling bagus, dia beli produk apa, berapa sering. Ketiga, melaksanakan aktivitas penjualan, marketing, dan *customer service* dengan menyatukan saluran komunikasi berbeda.

2. Proses

Implementasi CRM akan mengubah proses usaha yang telah ada sebelumnya. Baik proses usaha yang melibatkan pelanggan secara langsung maupun yang tidak. Pada CRM seluruh fungsi usaha yang ada harus berfokus kepada pelanggan.

3. Identifikasi

Identifikasi pelanggan dan prospek berdasarkan data yang ada, siapa pelanggan yang menguntungkan, dia tinggal dimana dan mengapa dia menguntungkan. Kebanyakan perusahaan hanya peduli seberapa besar keuntungan yang diperoleh dari pelanggannya tanpa tahu siapa pelanggannya yang telah memberikan keuntungan. Ada tiga hal yang perlu diketahui tentang pelanggan adalah:

a. Firmagrafik

Yaitu informasi tentang pelanggan atau perusahaan yang melakukan bisnis dengan kita, seperti: alamat, bidang bisnis, kode pos dan sebagainya.

b. Demografi dan psikografi

Yaitu info yang menyangkut *contact person* (pelanggan).

c. Infografi

Bagaimana *contact person* menginginkan cara interaksi dalam mendapatkan informasi mengenai dirinya.

4. Diferensiasi

Segmentasi pelanggan berdasarkan tingkah laku, demografi, ekspektasi pelanggan.

5. Interaksi

Membuat rencana terbaik untuk berinteraksi dengan pelanggan, kemudian membuat program kesetiaan pelanggan, *cross selling*, dan sebagainya. Semakin lama interaksi terjadi, semakin tahu satu sama lain, semakin enggan pelanggan pindah ke pesaing karena pelanggan akan merasa berat untuk memulai

hubungan baru dengan pesaing. Interaksi dapat dilakukan dengan email, telepon dan fax, surat, serta tatap muka.

6. Personalisasi

Produk maupun program loyalitas yang disesuaikan dengan keinginan pelanggan secara terus-menerus. Menggunakan semua informasi yang telah didapat sebelumnya untuk membuat barang dan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

2.3.1 E-Customer Relationship Management (e-CRM)

E-CRM adalah gudang informasi pelanggan yang mencatat semua kontrak yang pelanggan punya dengan perusahaan dan menghasilkan profil pelanggan yang tersedia untuk semua orang dalam perusahaan dengan keperluan untuk “mengetahui pelanggan.” [12]. Sedangkan menurut Stephen E-CRM adalah proses yang mendukung marketing, penjualan, dan operasi layanan melibatkan interaksi pelanggan langsung dan tidak langsung melalui internet [13].

Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa E-CRM ialah strategi bisnis yang menggunakan teknologi informasi yang memberikan perusahaan suatu pandangan pelanggannya secara luas, dapat diandalkan dan terintegrasi sehingga semua proses dan interaksi pelanggan membantu dalam mempertahankan dan memperluas hubungan yang menguntungkan secara bersamaan.

2.3.2 Manfaat

Penggunaan *Customer Relationship Management* (CRM) memiliki beberapa manfaat yang dapat berpengaruh bagi meningkatnya nilai suatu perusahaan yaitu [14]:

1. Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Dengan mengaplikasikan CRM maka perusahaan memungkinkan untuk menggunakan semua informasi dengan pelanggan dari semua jenis layanan, baik melalui *website*, *call center*, *customer service*, ataupun melalui staf pemasaran dan pelayanan di lapangan. Dengan konsistensi dan aksesibilitas informasi ini memungkinkan penjualan dan pelayanan lebih baik dengan berbagai informasi penting mengenai pelanggan tersebut.

2. Mengurangi Biaya

Aplikasi CRM memungkinkan penjualan produk perbankan dan pelayanan dengan biaya yang lebih efisien dalam sebuah proses bisnis perbankan secara spesifik, terfokus tertuju kepada pelanggan yang tepat dan pada waktu yang tepat pula.

3. Meningkatkan Efisiensi Operasional

CRM dapat mengotomasi proses penjualan dan pelayanan sehingga dapat mengurangi resiko penurunan kualitas pelayanan dan menekan biaya laporan keuangan khas dalam suatu perusahaan dalam satu periode (*cashflow*). Misalnya dalam penggunaan teknologi *website* dan *call center*, akan mengurangi beberapa langkah *offline* dalam alur perusahaan dan biaya serta proses administratif yang mungkin timbul.

4. Peningkatan *Time to Market*

Dengan mengaplikasikan CRM memungkinkan perusahaan untuk membawa produk ke pasar dengan lebih cepat dan dengan informasi pelanggan yang lebih baik.

5. Peningkatan Pendapatan

Dengan penerapan CRM perusahaan akan mendapatkan informasi untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan. Selain itu aplikasi CRM juga memberi peluang perusahaan untuk melakukan penjualan dan pelayanan kepada nasabah secara global tanpa menyediakan upaya khusus untuk mendukung penjualan dan pelayanan tersebut.

2.3.3 Tujuan

Tujuan penerapan CRM dibagi menjadi enam, yaitu [15]:

1. Mengetahui kebutuhan pelanggan pada masa yang akan datang

Aplikasi CRM memungkinkan untuk melakukan pengolahan data yang didapatkan perusahaan dari data nasabah berupa kebiasaan (*behavior*) nasabah sehingga perusahaan dapat meningkatkan pertumbuhan jangka panjang. Dalam pengaplikasiannya perusahaan menerapkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan nasabah sehingga terbangun loyalitas nasabah terhadap perusahaan.

2. Meningkatkan pelayanan yang lebih baik

Untuk membangun relasi yang kokoh, perusahaan akan memaksimalkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan menggunakan metode CRM. CRM membantu menemukan solusi bagi perusahaan mengenai bagaimana keputusan pelayanan yang akan diberikan dalam jangka panjang dengan menggunakan data kebiasaan (*behavior*) pelanggan.

3. Menambah relasi pelanggan yang baru

Beberapa aplikasi CRM yang diterapkan perusahaan dalam bentuk *website*, *call center* ataupun media yang lain akan membantu nasabah untuk mengetahui mengenai berbagai produk yang dihasilkan atau dijual oleh suatu perusahaan. Dalam perbankan, aplikasi CRM dalam hal pembiayaan misalnya. Jika

pembiayaan yang diajukan tersebut tidak memenuhi kriteria maka nasabah bisa mengetahui dan menambahkan kekurangan yang menyebabkan pembiayaan tersebut tidak disetujui.

4. Mengetahui perbaikan yang diperlukan oleh perusahaan dalam pelayanan terhadap pelanggan

Salah satu penerapan aplikasi CRM dalam perusahaan terfokus pada pelayanan pelanggan. Perusahaan akan mengetahui sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan. Dengan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan oleh salah satu pelayanan maka perusahaan dapat meningkatkan atau meninjau ulang mengenai layanan tersebut.

5. Menganalisa perilaku pelanggan

Pengaplikasian strategi CRM oleh perusahaan misalkan dalam pelayanan *front office*. Kecakapan karyawan perusahaan untuk menanggapi masalah-masalah yang dikeluhkan oleh nasabah akan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Analisa perilaku pelanggan dari solusi yang didapatkan sangat diperlukan untuk terus meningkatkan pelayanan yang efektif dan efisien bagi pelanggan.

6. Meminimalisir tambahan biaya untuk pelanggan baru

Dengan CRM perusahaan dapat memublikasikan produk mereka melalui internet sehingga pembengkakan dana untuk memasarkan produk perusahaan bisa di minimalisir. Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan mutu pelayanan untuk membangun loyalitas dan menahan pelanggan lama terhadap produk perusahaan kompetitor yang lain.

2.3.4 Jenis-jenis CRM

Dalam Bukunya yang berjudul *Pengenalan Customer Relationship Manajement*, membagi CRM dalam enam jenis, yaitu [16]:

1. *Sales Intelligence*

Sales Intelligence CRM adalah alat penjualan secara langsung. Fitur-fiturnya termasuk memberikan peringatan kepada staf penjualan yang berkenaan dengan *cross-selling/ up-selling/ switch-selling opportunities, customer drift, sales performance, customer trends, customer margins, customer alignment*

2. *Operational*

Operational CRM mencakup otomatisasi yang terintegrasi dari keseluruhan proses bisnis, termasuk di dalamnya *customer touch-points* dan *customer channels* dan integrasi *front office-back office*.

Strategi operasional CRM ini memfasilitasi tradisional CRM, yang berfokuskan bagaimana membuat pelayanan, penjualan, dan/atau departemen pemasaran lebih efisien dan meningkatkan profitabilitas perusahaan dan pelanggan.

- a. Mendukung proses bisnis dari “*Front Office*”, contohnya bagian pemasaran dan staf pelayanan.
- b. Interaksi dengan pelanggan secara umum disimpan dalam catatan kontak pelanggan, dan staf dapat mengambil informasi mengenai pelanggan jika diperlukan.
- c. Ada beberapa data yang diproses dalam *Operational* CRM yaitu, mengelola iklan, otomasi pemasaran perusahaan, otomasi tugas pemasaran dan sistem manajemen pemasaran

3. *Analytical*

CRM dapat menganalisis data pelanggan untuk berbagai kebutuhan. Merencanakan dan menjalankan iklan pemasaran yang telah ditargetkan, contohnya akuisisi pelanggan, *cross-selling* dan *up-selling*. Menganalisis data pelanggan dengan tujuan untuk membuat keputusan yang berhubungan dengan produk dan layanan, misalnya penetapan harga dan pengembangan produk. CRM juga menganalisis data pelanggan dalam sistem informasi manajemen, contohnya perencanaan keuangan dan pelanggan yang memberikan keuntungan.

Analytical CRM secara umum menggunakan *data-mining* dan teknik lainnya untuk mengeluarkan hasil yang berguna untuk pengambilan keputusan.

4. *Campaign Management*

Campaign Management mengombinasikan elemen-elemen dari *Operational* dan *Analytical CRM*. Fungsi dari *Campaign Management* antara lain:

- a. Pembentukan grup target berdasarkan kriteria pemilihan klien.
- b. Mengirimkan materi yang berhubungan dengan iklan, contohnya pada penawaran khusus, yang digunakan untuk penerimaan yang dipilih menggunakan kanal-kanal yang bervariasi, misalnya email, telepon, sms , pos.
- c. Penyimpanan dan menganalisis statistik iklan, termasuk menganalisis respons dan menganalisis *trend market*.

5. *Collaborative*

Collaborative CRM meliputi aspek-aspek perjanjian perusahaan dengan pelanggan yang ditangani oleh beberapa departemen dalam perusahaan , seperti penjualan, *technical support* dan pemasaran. Tujuan utama dari tipe ini adalah

penggunaan informasi kolektif oleh semua departemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

6. *Consumer Relationship*

Dalam *Consumer Relationship* ini meliputi aspek – aspek perjanjian perusahaan dengan pelanggan yang ditangani oleh pusat kontak *customer affair* dan *customer relations* dalam sebuah perusahaan.

2.3.5 Konsep Dasar

CRM menggabungkan antara unsur kebijakan, proses, dan strategi yang diterapkan pada perusahaan menjadi satu kesatuan proses bisnis yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan pelanggan dan juga untuk menelusuri informasi pelanggan. Saat ini, implementasi CRM sebagian besar terfokus pada penggunaan teknologi informasi untuk menarik pelanggan baru yang menguntungkan, hingga mereka memiliki keterikatan pada produk layanan jasa perusahaan. Konsep ini juga banyak digunakan sebagai istilah pada industri informasi sebagai sebuah metode, perangkat lunak, dan bahkan sebagai bentuk pemanfaatan internet yang membantu perusahaan mengelola hubungan pelanggan. Perangkat ini memungkinkan perusahaan untuk menjelaskan produk secara cukup rinci sehingga manajemen, staf penjualan, staf pelayanan, dan bahkan pelanggan dapat secara langsung mengakses informasi mengenai perusahaan tersebut.

Dalam pengembangan perangkat lunak CRM harus dilakukan secara menyeluruh. Terkadang implementasi perangkat lunak CRM gagal dilakukan karena hanya terbatas pada instalasi perangkat saja, tanpa memperhatikan konteks, dukungan dan pemahaman staf, dan pemanfaatan sepenuhnya sistem informasi.

Banyak aspek yang tercakup dalam CRM pada umumnya akan berhubungan langsung dengan beberapa aspek, diantaranya *front office* yang langsung berinteraksi dengan pelanggan seperti ketemu langsung, panggilan telepon, email, *live chat*, dan lain-lain [17].

1. *Back office*

Operasi *back office* yang sangat berpengaruh pada aktivitas pada layanan di *front office* seperti bagian pembayaran, perawatan, perencanaan, pemasaran, dan lain-lain.

2. Hubungan bisnis

Relasi perusahaan dengan perusahaan lain dan rekanan lain seperti *suppliers/vendors*, *outlet* pengecer dan distribusi, jaringan industri. Jaringan eksternal ini akan mendukung aktivitas di *front* dan *back office*.

3. Analisis data kunci

Data kunci dalam CRM dapat dianalisis dengan tujuan melakukan perencanaan kampanye pada target pemasaran, memahami strategi bisnis, dan memutuskan keberhasilan aktivitas CRM seperti pangsa pasar, karakteristik pelanggan, pendapatan dan keuntungan.

2.3.6 Implementasi

Untuk mengimplementasikan sebuah strategi CRM, diperlukan setidaknya 3 faktor kunci, yaitu sumber daya manusia yang profesional, proses yang didesain dengan baik, teknologi yang memadai [18].

Implementasi CRM setidaknya harus memiliki otomatisasi pemasaran. Pemasaran dapat dilakukan secara otomatisasi tanpa perlu bertransaksi langsung

antara *customer* dengan produsen atau cara pembayaran yang tidak perlu langsung membawa uang *cash* [19].

1. Pusat Pelayanan (*call center*)

Dalam pusat pelayanan memiliki fungsi antara lain untuk mengetahui kebiasaan konsumen, menerima keluhan dari para pelanggan sehingga data tersebut bisa digunakan untuk memperbaiki kualitas pelayanan dan produknya serta mengumpulkan *customer history*.

2. Data Warehousing

Informasi tentang pelanggan harus dilakukan dalam satu sistem terpadu. Hasil analisa harus mampu menampilkan petunjuk-petunjuk tertentu tentang pelanggan sehingga staf penjualan dan marketing mampu melakukan kampanye terfokus terhadap grup pelanggan tertentu. Nantinya gudang data ini juga harus mampu menaikkan volume penjualan produk perusahaan.

2.3 Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. Fungsi lainnya adalah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk jual beli maupun kerja sama usaha [20].

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak investor yang menginvestasikan dananya di bank kemudian selanjutnya bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak lain yang membutuhkan dana. Investor yang menempatkan dananya akan mendapatkan imbalan dari bank dalam bentuk bagi

hasil atau bentuk lainnya yang disahkan dalam syariah Islam. Bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak yang membutuhkan pada umumnya dalam akad jual beli dan kerja sama usaha. Imbalan yang diperoleh dalam margin keuntungan, bentuk bagi hasil, dan bentuk lainnya sesuai dengan syariah Islam.

2.3.1 Tujuan

Tujuan bank dapat dijabarkan dalam 6 poin tujuan utama yakni [21]:

1. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalat secara Islam , khususnya *muamalat* yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek- praktek riba atau jenis- jenis usaha/ perdagangan lain yang mengandung unsur *gharar* (tipuan), dimana jenis usaha tersebut selain di larang dalam Islam , juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan ekonomi rakyat.
2. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak membutuhkan dana.
3. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang di arahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian usaha.
4. Untuk menanggulangi masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang. Upaya bank syariah di dalam mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol kebersamaannya dari siklus usaha yang lengkap seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program

pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja, dan program pengembangan usaha bersama.

5. Untuk menjaga stabilitas ekonomi dan moneter. Dengan aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi di akibatkan adanya inflasi, menghindari persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan.
6. Tujuan bank syariah yang keenam adalah untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non-syariah yang menyediakan beberapa produk perbankan tidak sesuai syariah.

2.3.2 Lembaga

2.3.2.1. Bank Syariah

Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa perbankan lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang beroperasi dengan berdasarkan prinsip-prinsip agama islam atau pun prinsip syariah [21].

Pengertian bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun islami yang tata cara pelaksanaannya didasarkan pada ketentuan Al – Qur'an dan Hadist [22].

Menurut Dahlan, bank syariah merupakan bank yang menjalankan usaha perbankan dengan berdasar ataupun memperhatikan prinsip – prinsip syariah yang tertuang di dalam Al-Qur'an dan Hadist [23].

Menurut UU No.21 Tahun 2008, perbankan syariah yaitu segala sesuatu yang berkaitan bank syariah dan unit usaha syariah yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, hingga proses pelaksanaan kegiatan usahanya [10].

Bank syariah merupakan bank yang menjalankan aktivitas usahanya dengan menggunakan landasan prinsip-prinsip syariah yang terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah), dan UUS (unit Usaha Syariah)

2.3.2.2. Bank Perkreditan Rakyat Syariah

Sama halnya dengan bank syariah pada konvensional, BPR Syariah juga menjalankan tiga kegiatan utama yaitu penghimpun dana dari masyarakat, penyalur dana serta pelayanan jasa yang dilakukan berdasarkan pada prinsip syariah. Namun BPRS memiliki batasan-batasan dalam pelayanannya diantaranya BPRS tidak melaksanakan usaha asuransi, tidak memiliki layanan valuta asing dikarenakan BPRS hanya memiliki cakupan wilayah lokal atau satu daerah saja, tidak menerapkan produk perbankan seperti giro dan kliring, serta memiliki batasan yang lebih rendah dalam pembiayaan kredit.

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Umum dan BPR [24]

Perbedaan	Bank Umum	BPR
Jenis Simpanan	Giro, tabungan dan deposito	Tabungan dan deposito berjangka
Jasa Pembayaran	Kliring, inkaso, valuta asing dan transfer	Tidak ada
Lalu Lintas Giral	Cek dan bilyet giro	Tidak ada
Pembayaran Kredit	Investasi, modal kerja dan konsumtif	Terbatas
Jangkauan	Nasional dan Internasional	Lokal atau daerah

Pada pasal 1 (butir 4) UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, disebutkan bahwa BPRS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dalam hal ini, secara teknis

BPR Syariah bisa diartikan sebagai lembaga keuangan sebagaimana BPR konvensional, yang operasinya menggunakan prinsip-prinsip syariah terutama bagi hasil [9].

2.3.2.3. Unit Usaha Syariah

Menurut UU No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Unit Usaha Syariah adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu Bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah [10].

Bank umum konvensional yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah wajib membuka UUS. Pembukaan UUS hanya dapat dilakukan dengan izin Bank Indonesia. Modal kerja UUS merupakan modal yang disisihkan dalam suatu rekening tersendiri yang dapat digunakan untuk membiayai kegiatan operasional dan non operasional kantor cabang syariah [25]. Besarnya modal kerja minimal sebesar Rp 100.000.000.000,- (seratus miliar rupiah) sesuai dengan PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR 11/10/PBI/2009 TENTANG UNIT USAHA SYARIAH. Penyisihan modal kerja UUS dari kantor induknya, dimaksudkan agar pengelolaannya tidak tercampur dengan dana kantor induknya yang beroperasi secara konvensional [28].

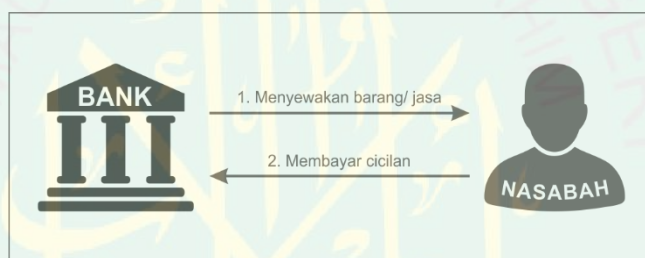
2.3.3 Produk [26]

2.3.3.1. Berdasarkan Penyaluran Dana

1. Sewa (*ijarah*)

Transaksi *ijarah* dilandasi adanya perpindahan manfaat (hak guna), bukan perpindahan kepemilikan (hak milik). Jadi pada dasarnya prinsip *ijarah* sama saja dengan prinsip jual beli tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya barang, sedangkan pada *ijarah* objek transaksinya adalah barang dan jasa [27].

Pada hakikatnya *ijarah* adalah penjualan manfaat yaitu pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dan jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Akad *ijarah* tidak ada perubahan kepemilikan tetapi hanya perpindahan hak guna saja dari yang menyewakan kepada penyewa.



Gambar 2.1 Alur Transaksi Sewa (*ijarah*)

a. *Ijarah Multijasa*

Pembiayaan multijasa adalah persewaan dana yang disediakan oleh Bank terhadap nasabah dalam rangka memenuhi kebutuhan jasa yang diterima dengan pengembalian secara angsuran atau tunai jumlah dana dari jasa ditambah dengan imbalan jasa yang telah disepakati.

2. Bagi Hasil (*syirkah*)

Pada transaksi perbankan ini, kedua belah pihak membuat kesepakatan (akad) yang berisi ruang lingkup kerja sama, jumlah nominal dana, nisbah, dan jangka waktu berlakunya kesepakatan tersebut [28].

Transaksi bagi hasil dikelompokkan menjadi dua [29].

a. *Musyarakah*

Produk pembiayaan *musyarakah* didasarkan pada usaha yang dikelola oleh dua orang atau lebih yang bertujuan untuk meningkatkan aset yang dimiliki bersama dengan memberikan kontribusi yang dimiliki baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud seperti dana, barang, kemampuan, dan sebagainya. Jenis pembiayaan ini yang menjadi ketentuan adalah pemilik modal berhak menentukan kebijakan usaha yang dijalankan oleh pelaksana proyek. Jenis pembiayaan *al-musyarakah*, yaitu [30]:

1. *Musyarakah* Kepemilikan

Tercipta karena warisan, wasiat atau kondisi lainnya yang menyebabkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih.

2. *Musyarakah* Akad

Tercipta karena adanya kesepakatan dua orang atau lebih baik dalam hal modal maupun pembagian keuntungan atau kerugian.

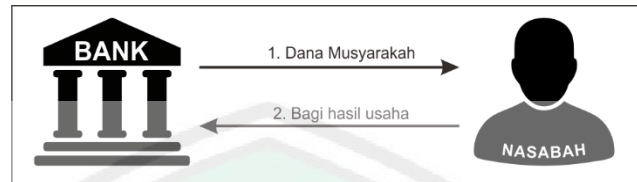


Gambar 2.2 Alur Pembiayaan *Musyarakah*

b. *Mudharabah*

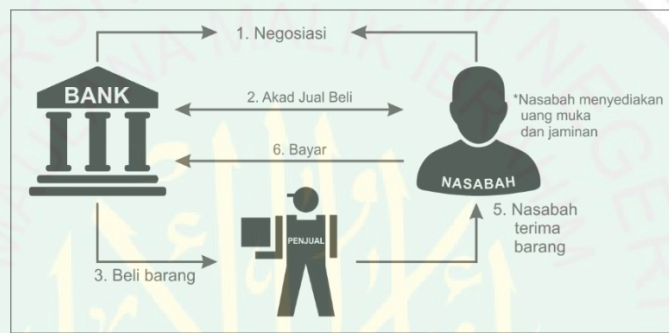
Produk pembiayaan *mudharabah* adalah usaha yang dijalankan oleh dua orang atau lebih dengan pemilik modal memberi kepercayaan kepada pelaksana proyek dengan perjanjian pembagian keuntungan. Perbedaan yang mendasar antara *musyarakah* dan *mudharabah* adalah jika *musyarakah* dana yang dikelola

adalah milik seluruh anggota yang menjalankan usaha, sedangkan *mudharabah* dana yang dikelola hanya milik pemilik modal atau satu pihak saja yang diberikan kepada pelaksana proyek.



Gambar 2.3 Alur Pembiayaan *Mudharabah*

3. Jual Beli (*ba'i*)



Gambar 2.4 Alur Akad Jual Beli (*ba'i*)

Secara linguistik, *al bai'* (jual beli) berarti pertukaran sesuatu dengan sesuatu. Secara istilah, menurut *madzhab Hanafiyah*, jual beli adalah pertukaran harta (*mal*) dengan harta dengan menggunakan cara tertentu. Menurut imam Nawawi adalah pertukaran harta dengan harta dengan maksud untuk memiliki [31]. Transaksi jual beli ini dibagi menjadi tiga, yaitu [32]:

a. *Murabahah*

Ba'i murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *ba'i murabahah*, penjual harus memberi tahu harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.

Ba'i murabahah dapat dilakukan untuk pembelian secara pemesanan dan bisa disebut sebagai *murabahah* kepada pemesan pembelian. Dalam kitab al-Umm, Imam Syafi'i menamai transaksi sejenis ini dengan istilah *al-aamir bisy-syira*.

Dalam dunia perbankan, akad *murabahah* dapat diartikan sebagai akad jual beli dengan penambahan harga barang yang telah disepakati antara Bank dengan nasabah, di mana sebelumnya pihak Bank telah memberitahu kepada nasabah harga barang serta margin keuntungan bagi bank, dan jika telah disepakati maka kesepakatan tidak dapat dirubah selama berlakunya akad.

b. As Salam

Transaksi jual beli *as salam* merupakan jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada, oleh karena itu pembayaran dilakukan secara tunai oleh bank pada saat awal akad sedangkan barang yang diperjualbelikan diserahkan secara tangguh. Dalam hal ini, spesifikasi barang seperti jenis barang, ukuran barang, macam barang, harga barang dan waktu pembayaran harus ditentukan secara pasti

c. Istishna

Dalam transaksi jual beli *istishna* hampir menyerupai transaksi jual beli *as salam*, perbedaannya jika dalam transaksi jual beli *as salam*, harga barang dibayar tunai di awal akad, sedangkan dalam transaksi jual beli *istishna*, harga barang dapat dilakukan oleh bank secara tunai atau dalam beberapa kali.

2.3.3.2. Berdasarkan Penghimpun Dana

Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadiah* dan prinsip *mudharabah* [33].

1. Prinsip *Wadiah*

Prinsip *wadiah* yang diterapkan adalah *wadiah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadiah dhamanah* berbeda dengan *wadiah amanah*, dalam *wadiah dhamanah*, pihak bank selaku pemegang titipan boleh menggunakan uang atau barang yang dititipi dan bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan. Sedangkan *wadiah amanah*, pihak bank selaku pemegang titipan tidak boleh memanfaatkan barang yang dititipi. Karena *wadiah* yang diterapkan dalam produk giro perbankan adalah *wadiah yad dhamanah*, maka implikasinya sama dengan hukum *qardh*, yakni nasabah bertindak sebagai pihak yang meminjamkan uang dan bank bertindak sebagai pihak yang dipinjam. Dengan demikian, pemilik dana dan Bank tidak boleh saling menjanjikan untuk memberikan imbalan atas penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang titipan tersebut.

2. Prinsip *Mudharabah*

Dalam prinsip *mudharabah*, penyimpan atau nasabah bertindak sebagai pemilik modal, sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang tersimpan kemudian oleh bank digunakan untuk melakukan pembiayaan, dalam hal ini apabila bank menggunakannya untuk pembiayaan *mudharabah*, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin terjadi.

Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpan, maka prinsip *mudharabah* dibagi menjadi 3 bagian, yaitu *mudharabah mutlaq*, *mudharabah muqayyadah on balance sheet* dan *mudharabah muqayyadah off balance sheet*.

a. *Mudharabah Mutlaq*

Prinsip *mudharabah mutlaq* dapat berupa tabungan dan deposito, sehingga ada 2 jenis yaitu tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*. Tidak ada pembatasan bagi bank untuk menggunakan dana yang telah terhimpun.

b. *Mudharabah Muqayyadah On Balance Sheet*

Jenis ini adalah simpanan khusus dan pemilik dapat menetapkan syarat-syarat khusus yang harus dipatuhi oleh bank. Sebagai contoh disyaratkan untuk bisnis tertentu, atau untuk akad tertentu.

c. *Mudharabah Muqayyadah Off Balance Sheet*

Simpanan *mudharabah muqayyadah off balance sheet* yaitu penyaluran dana langsung kepada pelaksana usaha dan bank sebagai perantara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pelaksana usaha juga dapat mengajukan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi bank untuk menentukan jenis usaha dan pelaksana usahanya.

2.3.3.3. Berdasarkan Jasa Keuangan

Selain dapat melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, bank juga dapat memberikan jasa keuangan kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan, jasa tersebut antara lain *sharf* dan *ijarah* [8].

1. *Sharf* (Jual Beli Valuta Asing)

Sharf adalah jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama dengan nasabah membayar jasa jual beli yang dilakukan oleh bank.

2. *Ijarah* (Sewa)

Kegiatan *ijarah* ini adalah menyewakan simpanan (*safe deposit box*) untuk menyimpan barang-barang berharga dalam jangka waktu tertentu dan nasabah

menyimpan sendiri kunci kotak aman tertentu. *Safe deposit box* adalah simpanan dalam bentuk tertentu, dalam arti pejabat bank tidak boleh memeriksa/menyaksikan wujud/ bentuk barang yang disimpan. Barang-barang yang diizinkan untuk disimpan dalam kotak pengaman terbatas pada mata uang, barang-barang berharga, logam mulia, kertas-kertas berharga, sertifikat dan dokumen-dokumen penting lainnya. Barang-barang lain yang disetujui bank secara tertulis. Kotak pengaman memiliki dua anak kunci, yang satu lagi berupa kunci cadangan yang disimpan oleh bank dan yang satu lagi kunci kontak pengaman disimpan oleh nasabah. Pembayaran sewa harus dilakukan di muka dalam jangka waktu 1 tahun penuh dan dihitung dari tanggal penyerahan kepada bank.

2.3.4 Keputusan Kelayakan Pemberian Pembiayaan

Dalam memberikan pembiayaan, tentunya harus menganalisa kelayakan dalam pemberian pembiayaannya, karena dalam hal ini akan dapat menilai seberapa besar kemampuan dan kesediaan debitur untuk mengembalikan pembiayaan yang mereka pinjam dan membayar margin keuntungan dan bagi hasil sesuai dengan isi perjanjian pembiayaan. Analisa pembiayaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi bank syariah dalam mengambil keputusan untuk menyetujui atau menolak permohonan pembiayaan, maka dengan berdasarkan penilaian ini, bank dapat meramalkan tinggi rendahnya risiko yang akan ditanggung [37]. Dalam pemberian pembiayaan (pedoman analisa pembiayaan) membutuhkan suatu analisis terhadap usaha yang dilakukan debitur untuk menentukan suatu keputusan dalam pemberian pembiayaan, baik dengan analisa unsur-unsur pemberian pembiayaan pada aspek usaha debitur dengan analisa kualitatif dan kuantitatif Tahapan Dalam Analisa Pembiayaan: [38]

1. Identifikasi maksud dan tujuan penggunaan pembiayaan dari nasabah
2. Mengetahui sumber pengembalian pembiayaan tersebut secara pasti.
3. Lakukan penilaian kelayakan pembiayaan tersebut dan tuangkan dalam proposal pembiayaan (*loan evaluation*)
4. Buatlah suatu keputusan layak/tidak (*loan descision approval*)
5. Lakukan dokumentasi dan administrasi (*loan documentation and administratiaon*)
6. Lakukan monitoring untuk memastikan pembayaran kembali (*loan monitoring and collection*)

Proses analisa Kualitatif yaitu (Aspek syariah, Profil usaha, Hubungan perbankan, Aspek manajemen, Aspek pemasaran, Aspek pengadaan barang, Aspek teknis Dan produksi, Analisa proyeksi usaha, Aspek risiko, Aspek legalitas) sedangkan Unsur-unsur analisa pembiayaan secara kualitatif yang digunakan secara umum adalah analisis 5C, yaitu (*Character, Capital, Capacity, Collateral* dan *Condition*) Dalam penentuan pembiayaan murabahah pada bank syariah menggunakan konsep dasar 5C dan Fast (Fathonah, Amanah, Shidiq dan Tabligh). Adapun 5c dan Fast tersebut adalah :

1. *Character* (Karakter)

Sifat atau watak seseorang dalam hal ini calon debitur. Tujuannya adalah untuk memberikan keyakinan kepada bank bahwa, sifat atau watak dari orang-orang yang akan diberikan kredit benar-benar dipercaya [39]. Unsur-unsur Character dalam pemberian pembiayaan yaitu:

1. Tanggung jawab terhadap kewajibannya (kemampuan memenuhi kewajibannya / *willingness to pay*

2. Kebiasaan pribadinya (apakah suka berjudi, spekulasi, bohong, hal lain yang buruk)
3. Kejujuran
4. Bersifat terbuka atau tertutup
5. Tingkat religious
6. Jika nasabah terbukti memiliki modal atau collateral tetapi tidak mau menyerahkan untuk usahanya tentu hal ini dapat dijadikan salah satu kriteria penilaiannya

2. *Capital* (Modal)

Untuk mengetahui sumber-sumber pembiayaan yang dimiliki debitur terhadap usaha yang akan dibiayai. Calon debitur wajib memiliki sejumlah dana guna dapat berpartisipasi dalam pembiayaan proyeknya. Penilaian terhadap permodalan sangat erat hubungannya dengan nilai modal yang dimiliki calon nasabah guna membiayai usaha yang akan dijalankan. Besarnya modal calon debitur nasabah dapat diketahui dengan menganalisa laporan keuangan nasabah yang dimiliki [40].

Unsur-unsur *Capital* dalam pemberian pembiayaan adalah:

1. Kemampuan sendiri perusahaan dalam memikul beban pembiayaan yang dibutuhkan.
 2. Kemampuan menanggung resiko (*risk sharing*).
 3. Kesungguhan debitur dalam mengelola usahanya.
- ## 3. *Capacity* (Kemampuan Untuk Mengembalikan Pembiayaan)

Capacity adalah kemampuan calon nasabah dalam mengelola usahanya yang dapat dilihat dari pendidikannya, pengalaman dalam mengelola usaha

(*business record*), sejarah perusahaan yang pernah dikelola, (pernah mengalami masa sulit atau tidak, dan bagaimana mengatasi kesulitan tersebut). *Capacity* ini merupakan ukuran dari *ability to pay* atau kemampuan untuk membayar.

Unsur- unsur *capacity* dalam pemberian pembiayaan yaitu:

1. *Legal Capacity* : Apakah calon debitur secara legal memiliki kapasitas sebagai peminjam?
2. *Managerial Capacity* : Apakah calon debitur secara manajerial memiliki kapasitas yang cukup untuk mengelola usahanya?
3. *Financial Capacity* : Apakah secara finansial calon debitur cukup mampu?
4. *Collateral* (Jaminan)

Jaminan yang mungkin bisa disita apabila ternyata calon pelanggan benar-benar tidak bisa memenuhi kewajibannya. *Collateral* diperhitungkan dipaling akhir, artinya bila masih ada suatu kesangsian dalam pertimbangan-pertimbangan yang lain, maka bisa menilai harta yang dapat dijadikan jaminan.

Unsur-unsur *collateral* dalam pemberian pembiayaan yaitu:

1. *First Way Out* Usaha itu Sendiri
 2. *Second Way Out* Agunan/ aset lain di luar usaha
5. *Condition* (Kondisi)

Adalah kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi perusahaan/usaha itu sendiri. Selain itu juga termasuk di sini adalah peraturan-peraturan atau ketentuan-ketentuan yang bisa datang dari pemerintah, asosiasi, kelompok, dan lain-lain. Konsep dasar yang digunakan Bank Syariah adalah konsep 5C dan Konsep Fast, konsep Fast yakni:

1. Fathonah (فطنة)

Fathanah adalah cakap dan cerdas. Dalam hal ini meliputi dua unsur yakni:

1. Fathanah dalam administrasi/ manajemen dagang, artinya hal-hal yang berkenaan dengan aktivitas harus dicatat atau dibukukan secara rapi agar tetap dapat menjaga amanah dan sifat shiddiq-nya.
 2. Fathanah dalam hal menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta.⁵⁵
2. Amanah (أمانة)

Amanah berarti tidak mengurangi apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah, dalam ini termasuk juga menambah harga jual yang telah ditentukan atas pengetahuan pemilik barang. Sifat amanah yang ada pada nasabah akan memberikan dampak positif bagi diri pelaku dan usaha yang dijalaninya, sehingga usahanya akan semakin berkembang dan bank yang akan memberikan pembiayaan merasa yakin untuk memberikan pembiayaan.

3. Shiddiq (صدىق)

Benar dalam perkataan dan benar pula dalam perbuatan pebisnis dilarang melakukan hal yang tidak baik. Apabila shiddiq dilakukan oleh pelaku bisnis maka praktek bisnis jahiliyah tidak terjadi perbuatan penipuan dan sebagainya akan terhapus.⁵⁷

4. Tabligh (بل ي غت)

Tabligh yakni komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat tabligh akan menyampaikan sesuatu dengan benar (berbobot) dan dengan tutur kata yang tepat.

Untuk menentukan calon debitur berhak atau tidak mendapatkan kredit ditentukan berdasarkan kategori-kategori yang telah ditentukan oleh BPRS. 5 kategori tersebut yaitu, *Charakter, Capital, Capacity, Collateral, Condition of Economi*. Pada penelitian ini, sistem akan memberikan keputusan kelayakan pengajuan pembiayaan apabila pendapatan setiap bulan bisa melebihi atau sama dengan pendapatan setiap bulan yang ditentukan oleh sistem. Berikut perhitungan untuk menentukan kelayakan pengajuan pembiayaan pada sistem:

- a. Uang Muka Pembayaran

$$Dp = Jp \times 25\%$$

Dimana:

Dp : Uang muka pembayaran

Jp : Jumlah pengajuan pendanaan

- b. Nilai Pembiayaan

$$Np = Jp - Dp$$

Dimana:

Np : Nilai Pembiayaan yang didapatkan nasabah

Jp : Jumlah pengajuan pendanaan

Dp : Uang muka pembayaran

- c. Angsuran Tiap Bulan

$$Ab = \frac{Jp}{La} + (3000 \times La)$$

Dimana:

Ab : Angsuran yang harus dibayar oleh nasabah setiap bulan

Jp : Jumlah pengajuan pembiayaan

La : Lama angsuran yang diajukan oleh nasabah

d. Total Pembayaran

$$Tp = Ab \times La$$

Dimana:

Tp : Total pembayaran

Ab : Angsuran yang harus dibayar oleh nasabah setiap bulan

La : Lama angsuran yang diajukan oleh nasabah

e. Minimal Pendapatan Tiap Bulan

$$Mp = Ab \times 2,6$$

Dimana:

Mp : Minimal pendapatan tiap bulan

Ab : Angsuran yang harus dibayar oleh nasabah setiap bulan

2.3.5 Fungsi

Dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, pasal 4 dijelaskan fungsi bank syariah sebagai berikut [10, p. 7]:

1. Bank Syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
2. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
3. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari dana wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nadzir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (*wakif*).

4. Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Untuk memberikan gambaran yang lengkap dan rinci mengenai fungsi-fungsi tersebut berikut dilakukan pembahasan satu persatu fungsi itu [34].

1. Manajemen Investasi

Bank Syariah melaksanakan fungsi Manajemen Investasi dengan berdasarkan akad *mudharabah*. Dalam hal ini Bank sebagai *mudharrib* yang melaksanakan proyek berdasarkan dana yang diperoleh dari nasabah. Besar kecilnya imbalan (bagi hasil) yang diterima oleh pemilik dana, sangat tergantung pada hasil usaha yang diperoleh (dihasilkan) oleh bank syariah dalam mengelola dana.

2. Investasi

Fungsi investasi ini dapat dilihat dalam hal penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah, baik yang dilakukan dengan mempergunakan prinsip jual beli maupun dengan menggunakan prinsip bagi hasil sendiri. Karena bank syariah melaksanakan fungsi sebagai investor maka bank syariah penyedia dana bersedia untuk menanggung risiko dari investasinya. Hal ini dapat dilihat dengan jelas pada saat bank syariah melakukan pengelolaan dana dengan prinsip bagi hasil, pendapatan dari hasil usaha sangat tergantung pada hasil usaha yang diperoleh nasabah sebagai pengelola dana.

3. Jasa Perbankan

Dalam operasionalnya, bank syariah juga memiliki fungsi jasa perbankan berupa layanan kliring, transfer, inkaso, pembayaran gaji dan lainnya yang tidak melanggar prinsip syariah.

Kliring merupakan sistem layanan transfer uang ke berbagai rekening bank nasional, baik yang ada dalam jaringan ATM Bersama maupun ATM Prima, di mana waktu transfer yang dibutuhkan berkisar antara 2-3 hari kerja. Sedangkan inkaso adalah pemberian kuasa pada bank oleh nasabah (baik perusahaan maupun perorangan) untuk melakukan penagihan terhadap surat-surat berharga (baik yang berdokumen maupun yang tidak berdokumen) yang harus dibayar setelah pihak yang bersangkutan berada di tempat lain (dalam atau luar negeri) menyetujui pembayarannya. Dalam arti lain, inkaso merupakan kegiatan jasa bank untuk melakukan amanat dari pihak ke tiga berupa penagihan sejumlah uang kepada seseorang atau badan tertentu di kota lain yang telah ditunjuk oleh pemberi amanat.

4. Jasa Sosial

Bank syariah diharuskan melaksanakan jasa sosial, diantaranya dapat melalui zakat, atau jasa sosial yang berdasarkan syariat. Dalam konsep perbankan syariah mewajibkan bank syariah memberikan layanan sosial melalui dana *qard* (pinjaman), zakat, dan dana sumbangan lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah. Konsep perbankan syariah juga mengharuskan bank-bank syariah untuk memainkan dan memberikan kontribusi bagi perlindungan dan pengembangan lingkungan. Fungsi ini juga merupakan yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional, dalam bank syariah fungsi sosial tidak dapat dipisahkan dari fungsi-fungsi lainnya dan merupakan identitas khas bank syariah.

2.3.6 Dasar Hukum

Indonesia adalah negara hukum sesuai yang tercantum dalam konstitusi Indonesia yang memberikan dampak terhadap subjek hukum baik warga negara atau badan hukum, sehingga setiap perbuatan yang dilakukan oleh subyek hukum

wajib memiliki dasar hukum, mengikuti hukum yang berlaku, dan tidak melanggar peraturan-peraturan yang ada.

2.3.5.1. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998

Arah kebijakan regulasi dalam undang-undang ini dimaksudkan agar ada peningkatan peranan bank nasional sesuai fungsinya dalam menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dengan prioritas koperasi, pengusaha kecil, dan menengah serta seluruh lapisan masyarakat tanpa diskriminasi. Karena itu, UU No.10 Tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang No.7 Tahun 1992 hadir untuk memberikan kesempatan meningkatkan peranan bank syariah untuk menampung aspirasi dan kebutuhan masyarakat [9].

Dalam pasal 6 UU No.10 Tahun 1998 ini mempertegas bahwa [38]:

Pertama, Bank Umum adalah bank yang menyelesaikan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatan usahanya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Kedua, Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan Prinsip Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Dalam UU No.10 Tahun 1998 ini pun memberi kesempatan bagi masyarakat untuk mendirikan bank yang menyelenggarakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah, termasuk pemberian kesempatan kepada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabangnya yang khusus menyelenggarakan kegiatan berdasarkan Prinsip Syariah.

Selain itu, pemerintah juga menjabarkan apakah yang dimaksud dengan prinsip syariah dalam pasal ini, yaitu terdapat dalam pasal 1 ayat 13 UU No.10

Tahun 1998 yang berbunyi prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

2.3.5.2. Undang Undang Nomor 23 Tahun 1999

UU No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia telah menugaskan kepada BI untuk mempersiapkan perangkat aturan dan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya yang mendukung kelancaran operasional bank berbasis Syariah serta penerapan dual bank sistem, seperti yang terdapat pada UU No.23 Tahun 1999 Pasal 1, 10 dan 11 [38].

2.3.5.3. Undang Undang Nomor 21 Tahun 2008

Undang-undang yang secara spesifik mengatur tentang perbankan syariah adalah Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008. Undang-undang ini muncul setelah perkembangan perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Pada bab I pasal 1 yang berisi tentang Ketentuan Umum undang-undang ini telah membedakan secara jelas antara bank konvensional beserta jenis-jenisnya dengan bank syariah beserta jenis-jenisnya pula. Perbedaan penyebutan pun telah dibedakan sebagaimana diatur dalam pasal 1 poin ke-6 yang menyebut “Bank

Perkreditan Rakyat” sedangkan poin ke-9 menyebutkan dengan “Bank Pembiayaan Rakyat” [10, p. 2].

Usaha Bank Syariah dalam menjalankan fungsinya adalah menghimpun dana dari nasabah dan menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad-akad yang terdapat dalam ekonomi Islam. Seperti *mudharabah*, *wadi'ah*, *masyarakah*, *murabahah*, atau akad-akad lain yang tidak bertentangan dengan hukum Islam.

2.3.5.4. Peraturan Bank Indonesia

- PBI No.9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah [41].
- PBI No.7/35/PBI/2005 tentang perubahan atas peraturan Bank Indonesia No. 6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
- PBI No.6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah

2.3.5.5. Fatwa Majelis Ulama Indonesia

Selain dasar hukum yang telah disebutkan di atas, landasan hukum Islam yang dimaksud dalam perbankan syariah adalah fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga tertentu yang berwenang sebagaimana yang diatur pada pasal 1 poin ke-12 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 [10, p. 3]:

Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

MUI sebagai salah satu lembaga yang dipercaya oleh Undang-Undang maupun Peraturan Pemerintah untuk mengeluarkan acuan berupa fatwa, telah mengeluarkan kurang lebih 43 fatwa terkait dengan perbankan syariah. Di antaranya adalah fatwa tentang giro dengan menggunakan sistem *wadhi'ah*, yaitu pada fatwa DSN No.01/DSN-MUI/IV/2000. Pada fatwa ini, giro yang berdasarkan *wadhi'ah* ditentukan bahwa [42]:

1. Dana yang disimpan pada bank adalah bersifat titipan
2. Titipan (dana) ini bias diambil kapan saja (*on call*)
3. Tidak ada imbalan yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank

2.3.5.6. Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2008

Lahirnya Undang-Undang Nomor 3 tahun 2006 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 tahun 1989 tentang Peradilan Agama telah membawa beberapa perubahan yang signifikan terhadap kedudukan dan eksistensi peradilan agama di Indonesia. Kewenangan absolut dari peradilan agama mengalami perluasan, yakni pengadilan agama berwenang menangani permasalahan ekonomi syariah yang meliputi perbankan syariah, lembaga keuangan mikro syariah, asuransi syariah, reasuransi syariah, reksadana syariah, dan beberapa masalah ekonomi Islam lainnya.

Perkembangan ini menuntut Mahkamah Agung mengeluarkan peraturan yang terkait dengan permasalahan ekonomi Islam. Pada tanggal 10 September 2008 Mahkamah Agung mengeluarkan Peraturan Mahkamah Agung Nomor 2 Tahun 2008 tentang Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KOHEs) [43]. PERMA ini adalah sarana memperlancar dalam pemeriksaan dan penyelesaian sengketa

ekonomi syariah sekaligus pedoman bagi hakim mengenai hukum ekonomi berdasarkan prinsip Islam, sebagaimana terdapat di dalam konsiderannya. Penyusunan KOHES ini tidak bisa terlepas dari sejumlah rujukan baik dari beberapa kitab fikih, fatwa-fatwa DSN MUI, dan peraturan BI tentang Perbankan Syariah .

2.4 Business Process Management (BPM)

2.4.1 Pengertian BPM

Business Process Management (BPM) is a systematic approach to making an organization's workflow more effective, more efficient and more capable of adapting to an ever-changing environment. A business process is an activity or set of activities that will accomplish a specific organizational goal [35]. BPM merupakan pendekatan yang paling efektif bagi sebuah perusahaan untuk membuat *workflow* dari perusahaan tersebut lebih efektif, lebih efisien dan dapat beradaptasi dengan kondisi yang selalu berubah. Proses bisnis merupakan suatu aktifitas atau rangkaian dari beberapa aktivitas yang akan mencapai sebuah tujuan tertentu pada perusahaan.

Sedangkan dalam (ipqi.org) Manajemen Proses Bisnis (BPM) adalah sebuah pendekatan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi melalui pembangunan otomatisasi proses dan ketangkasan untuk mengelola perubahan. BPM membantu perusahaan dalam mengawasi dan mengontrol seluruh elemen pada proses bisnis, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, dan *workflow*. BPM meningkatkan kualitas proses bisnis melalui penyediaan mekanisme *feedback* yang lebih baik. Review yang berkesinambungan dan *real-time* akan membantu perusahaan dalam

mengidentifikasi masalah dan kemudian mengatasinya secara lebih cepat sebelum masalah tersebut berkembang menjadi lebih besar.

Dari kedua pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa BPM merupakan sebuah pendekatan yang paling efektif dan efisien dari suatu perusahaan dengan menggunakan otomatisasi proses sehingga dapat beradaptasi dengan kondisi yang selalu berubah. BPM dapat membantu mengawasi dan mengontrol seluruh elemen pada proses bisnis yang berkesinambungan dengan mengidentifikasi masalah kemudian mengatasinya lebih cepat sehingga dapat mencapai tujuan dari suatu perusahaan.

2.4.2 Komponen Utama BPM

Setiap solusi Manajemen Proses Bisnis (BPM) memiliki empat komponen utama [36]:

1. Pemodelan

Pengguna dapat mendefinisikan dan mendesain struktur dari setiap proses bisnis secara grafis. Manajer Proses dapat mendesain sebuah proses beserta seluruh elemen, aturan, sub-proses, paralel proses, penanganan *exception*, penanganan error, dan *workflow* dengan mudah tanpa perlu memiliki kemampuan programming khusus dan tanpa membutuhkan bantuan dari staf IT.

2. Pengintegrasian

BPM dapat menghubungkan setiap elemen dalam proses sehingga elemen-elemen tersebut dapat saling berkolaborasi dan bertukar informasi untuk menyelesaikan tujuannya. Pada *level* aplikasi, hal ini bisa diartikan sebagai penggunaan *Application Programming Interface* (API) dan *messaging*. Bagi pengguna, hal ini berarti tersedianya sebuah *workspace* pada komputernya ataupun

perangkat *wireless*-nya untuk mengerjakan tugas sesuai dengan perannya pada suatu proses bisnis.

3. Pengawasan

Pengguna dapat mengawasi dan mengontrol performasi dari proses bisnis yang sedang berjalan dan performasi dari setiap personil yang terlibat dalam proses bisnis tersebut. Pengguna juga dapat memperoleh informasi mengenai proses yang tengah berjalan, maupun yang telah selesai, beserta data-data yang ada di dalamnya.

4. Optimalisasi

Pengguna dapat menganalisa dan memonitor suatu proses bisnis, melihat ketidakefisienan, dan juga memungkinkan pengguna untuk mengambil tindakan dengan cepat dan mengubah proses tersebut untuk meningkatkan efisiensinya.

2.4.3 Manfaat BPM

Ada lima manfaat yang didapatkan perusahaan melalui BPM [37], yaitu:

1. Meningkatkan kemampuan dalam bisnis

Sebuah *Business Process Management* yang efisien memungkinkan perusahaan untuk melakukan jeda dalam proses bisnis mereka, melakukan perubahan, dan menjalankannya kembali. Melalui cara ini, perusahaan dapat memastikan agar proses bisnis mereka tetap berada pada jalur yang benar dan selalu mampu beradaptasi dengan situasi yang terus berubah. Selain itu melalui pemanfaatan *Business Process Managament* sebuah perusahaan juga akan memiliki kemampuan untuk membaca berbagai kemungkinan pengembangan terhadap proses bisnis mereka agar dapat bekerja lebih maksimal dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar.

2. Mengurangi biaya, meningkatkan keuntungan

Dengan kemampuannya mengurangi berbagai hambatan dalam proses bisnis, *Business Process Management* cepat atau lambat akan memberikan peningkatan yang luar biasa terhadap pendapatan perusahaan. Di sisi lain, perusahaan juga dapat meningkatkan efisiensi dan keuntungan melalui pengurangan limbah produksi. *Business Process Management* membantu perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan penggunaan sumber daya produksi agar dapat menghindari pemborosan serta menentukan tindakan terbaik untuk mengatasi masalah tersebut.

3. Meningkatkan efisiensi

Pengimplementasian *Business Process Management* akan meningkatkan efisiensi proses bisnis secara pesat. Hal ini dapat terjadi karena proses bisnis perusahaan terintegrasi mulai dari awal hingga akhir prosesnya. Perusahaan akan secara otomatis mendapatkan informasi tentang pihak-pihak yang bertanggung jawab terhadap tiap-tiap proses, sehingga tugas pemantauan dan pengendalian menjadi lebih mudah. Perusahaan akan dapat membaca apabila terdapat potensi keterlambatan dalam sebuah proses, sehingga tindakan antisipatifnya dapat segera dilakukan. Oleh karena itu, *Business Process Management* membantu perusahaan dalam menghilangkan berbagai macam hambatan serta mengurangi *lead time* dalam proses bisnis mereka, dan membantu meningkatkan kepada *level* yang lebih baik. *Business Process Management* juga membantu perusahaan meningkatkan optimalisasi proses bisnis melalui otomatisasi, yang akan mengurangi berbagai kesalahan yang mungkin terjadi di dalamnya.

4. Visibilitas yang lebih baik

Pada dasarnya, sistem *Business Process Management* memanfaatkan program perangkat lunak untuk membuat proses bisnis dapat diotomatisasi. Cara

ini memungkinkan perusahaan untuk melacak dan menilai kinerja proses bisnis secara *real time*. Otomatisasi proses bisnis memungkinkan sebuah proses bekerja tanpa perlu banyak tenaga kerja dan pengawasan yang intensif. Melalui transparansi bisnis yang terus meningkat semacam ini memungkinkan manajemen mendapatkan pemahaman yang lebih baik terkait proses bisnis mereka. Hal-hal ini memungkinkan manajemen untuk memodifikasi struktur dan proses secara efisien sambil memastikan semuanya berjalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

5. Ketaatan, keselamatan dan keamanan

Business Process Management yang lengkap memastikan perusahaan akan selalu berada dalam standar dan koridor hukum yang berlaku. Selain itu, manajemen proses bisnis juga mendukung penerapan standar keamanan dan keselamatan dalam perusahaan, sebab di dalamnya berbagai prosedur perusahaan didokumentasikan secara baik. Disokong dengan kebijakan perusahaan serta pengawasan internal yang mendorong staf mereka untuk menjaga aset perusahaan, menghindari penyalahgunaan ataupun pencurian informasi pribadi dan sumber daya.

2.4.4 Business Process Modeling Notation (BPMN)

BPMN adalah suatu metodologi baru yang dikembangkan oleh *Business Process Modeling Initiative* sebagai suatu standar baru pada pemodelan proses bisnis, dan juga sebagai alat desain pada sistem yang kompleks seperti sistem *eBusiness* yang berbasis pesan (*message-based*) [38]. Tujuan utama dari BPMN adalah menyediakan notasi yang mudah digunakan dan bisa dimengerti oleh semua orang yang terlibat dalam bisnis, yang meliputi bisnis analis yang memodelkan proses bisnis, pengembang teknik yang membangun sistem yang melaksanakan

bisnis, dan berbagai tingkatan manajemen yang harus dapat membaca dan memahami proses diagram dengan cepat sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan.

Untuk menerapkan BPMN maka perlu dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menetapkan sudut pandang kajian masalah (*point of view*). Sudut pandang ini penting untuk membatasi ruang lingkup masalah dan menggambarkan proses bisnis pada ruang lingkup tersebut. Hal ini karena sebuah proses bisnis sering kali sangat rumit dan melibatkan banyak pihak, sehingga ketika dimodelkan, harus ditentukan dari sudut pandang pihak mana model tersebut dibangun.
2. Mendefinisikan *Critical Success Factor* (CSF) sebagai ukuran keberhasilan yang ingin dicapai oleh proses bisnis tersebut.
3. Membuat abstraksi umum dan melakukan dekomposisi atas proses sehingga dapat dibuat model yang komprehensif pada setiap lapisan proses.
4. Menggambarkan modelnya menggunakan BPMN.

2.5 Penelitian Terkait

Berikut dipaparkan beberapa penelitian yang sudah dilakukan yang masih ada relevansinya dengan penelitian ini.

Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terkait

No.	Penulis, Judul	Uraian	Relevansi
1.	Milovic B., 2012. <i>APPLICATION OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) IN</i>	Penelitian ini menerapkan strategi bisnis CRM berupa e-CRM berbentuk <i>website</i> pada perusahaan pertanian. Dengan diterapkannya e-CRM tersebut, maka pelanggan	Dalam penelitiannya, Molovic menjelaskan bahwa pentingnya penerapan teknologi informasi dalam penerapan strategi CRM. Penelitian ini

	<i>AGRICULTURE</i> [47]	tidak perlu datang langsung untuk mengetahui informasi produk pertanian. Selain itu perusahaan juga tidak perlu menyewa pegawai untuk menjelaskan produk mereka kepada pelanggan sehingga layanan yang diberikan merupakan layanan yang mudah dan murah.	mengimplementasikan e-CRM dalam perusahaan pertanian dengan cara menginformasikan produk-produk pertanian pada <i>website</i> mereka yang dilengkapi dengan fitur <i>live chat</i> mengenai berapa produk pertanian sehingga pelanggan tidak harus datang ke perusahaan untuk sekedar mengetahui informasi produk pertanian.
2.	Irya Wisnubadhra, 2013. Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> Dengan Dukungan Teknologi Informasi Pada PO. Chelsy [54]	Pada penelitian ini dibahas mengenai penerapan CRM yang digunakan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan layanan yang terbaik menggunakan teknologi informasi dalam pemesanan tiket transportasi dan pengiriman barang yang sebelumnya masih dilakukan dengan cara pencatatan manual. Dengan diterapkannya CRM, pelanggan dapat melakukan pemesanan tiket dari mana saja tanpa datang ke tempat pemesanan. CRM juga dapat membantu perusahaan dalam mengatur strategi bisnis dalam persaingan sehingga meningkatkan kualitas pelayanan	Penerapan CRM pada penelitian ini mengutamakan pelayanan yang bersifat online yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dalam hal pemesanan tiket dari yang masih manual dengan datang ke pemesan, menjadi otomatisasi dengan cara online, sehingga pelanggan tidak perlu datang ke penyedia tiket jika ingin memesan tiket. Dengan hal ini, pelanggan akan dimudahkan dalam hal pelayanan sehingga loyalitas pelanggan akan meningkat dan keuntungan perusahaan akan bertambah.

		perusahaan ke arah yang lebih baik.	
3.	Michael Rodriguez, 2014. <i>CRM/Social Media Technology: Impact on Customer Orientation Process and Organizational Sales Performance</i> [48]	Penelitian ini menilai seberapa besar pengaruh menerapkan CRM dengan memanfaatkan media sosial yang berfokus pada penjualan produk perusahaan. Michael mengambil sampel industri yang beragam dari hampir 1700 profesional penjualan. Dari hasil penelitiannya menemukan bahwa CRM dan media sosial secara positif mempengaruhi aktivitas orientasi pelanggan dan ini berdampak positif terhadap kinerja penjualan.	Pemanfaatan teknologi dalam menerapkan Strategi bisnis CRM berupa media sosial pada sebuah perusahaan, khususnya dalam penjualan produk perusahaan. Dalam penerapan CRM ini, perusahaan akan dapat memahami pelanggan, beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan yang berubah, mengukur kepuasan pelanggan dan menyelaraskan kebutuhan pelanggan dengan aktivitas penjualan dan pemasaran. Selain itu, pelanggan akan dimudahkan untuk mengetahui spesifikasi produk perusahaan yang sesuai dengan keinginannya.
4.	Natheer K. Gharaibeh, 2015. <i>Enhancing CRM Business Intelligence Applications by Web User Experience Model</i> [49]	Pada penelitian ini dijelaskan bahwa penerapan teknologi CRM memberikan pengetahuan pada perusahaan tentang pelanggan yang lebih menguntungkan dan mengurangi biaya operasional perusahaan. Fokus pada penelitian ini adalah meningkatkan aplikasi <i>Business Intelligence</i> menggunakan <i>Web</i>	Pemanfaatan teknologi <i>website</i> yang diterapkan dalam mendukung penerapan konsep CRM dalam penelitian ini untuk mengukur loyalitas pelanggan dari hasil UX <i>website</i> tersebut. Dengan meningkatkan teknologi <i>Business Intelligence</i> pada <i>web</i> , perusahaan dapat menyesuaikan produk layanan yang diberikan

		<i>Technologies</i>, teknologi yang dapat memperbaiki implementasi CRM sebelumnya. Penelitian ini bertujuan untuk memanfaatkan determinan CRM untuk mendapatkan pelanggan setia melalui pengembangan aplikasi CRMBI berbasis <i>web</i> yang merupakan lingkup CRM operasional dan analitis.	kepada pelanggan sesuai data yang diperoleh sebelumnya. Hal ini terfokus kepada <i>Communication, Transaction and Relational functions</i> untuk layanan pelanggan yang merupakan determinan dari CRM itu sendiri.
5.	Dorota Jelonek, 2015. <i>The Evolution of Customer Relationship Management System</i> [50]	Penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial untuk melakukan pemasaran produk perusahaan dikarenakan semakin banyak konsumen yang aktif di media sosial. 21% pemasar mengatakan bahwa media sosial telah menjadi lebih penting bagi perusahaan mereka selama enam bulan terakhir. Pemasar telah menemukan pelanggan melalui Facebook (52%), LinkedIn (43%), Twitter (36%). Teknologi media sosial sebagai elemen CRM memiliki kemampuan untuk membawa perusahaan dan pelanggan lebih dekat melalui interaksi dua arah dan dialog. Hal itu menunjukkan bahwa sistem s-CRM dapat secara efektif mendukung hubungan pelanggan dan penggunaan potensinya.	Dengan menerapkan s-CRM perusahaan kemudian besar dapat menggunakan perilaku tersebut untuk membangun dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Pada metode ini, CRM dapat mendukung manajemen informasi pelanggan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan dengan menggunakan saluran komunikasi baru dengan memanfaatkan teknologi.

6.	Dr. S. Jayashree, 2016. <i>An Analysis of CRM through Data Mining Methods</i> [51]	Penelitian ini menerangkan mengenai <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) telah menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan pertumbuhan perusahaan karena globalisasi ekonomi dan perkembangan pesat dalam <i>e-commerce</i> . Dengan memanfaatkan <i>data Mining</i> maka perusahaan akan dapat membangun hubungan yang terkontrol antara pelanggan (penjualan, pemasaran & dukungan), dan pemasok.	Penerapan CRM di berbagai bidang penjualan dengan memanfaatkan kehadiran internet akan menguntungkan perusahaan dan fokus utamanya adalah pada teknik retensi pelanggan untuk meningkatkan hubungan pelanggan melalui teknologi yang diterapkan.
6.	V. TANUJA and P. GOVINDARAJULU, 2017. <i>Application of Trajectory Data Clustering in CRM : A Case Study</i> [53]	Penelitian ini menerangkan akan pentingnya CRM <i>data Mining</i> dalam sebuah bisnis. Badan usaha, penelitian ilmiah, kehidupan sosial, dan masih banyak lagi situasi dunia nyata bergantung pada pengolahan data dan pengambilan keputusan berdasarkan data yang tersedia. Dalam penelitiannya, Tanuja menggunakan <i>Novel Method</i> untuk mengelompokkan data pelanggan. Hasil dari pengolahan algoritma tersebut digunakan untuk memberi pendukung keputusan atau saran untuk perusahaan mengenai transportasi produk perusahaan yang	Penerapan CRM yang terfokus kepada kepuasan pelanggan akan meningkatkan jumlah pelanggan baru yang berminat dengan produk perusahaan yang ditawarkan. Mengelompokkan pelanggan merupakan tindakan yang sangat penting oleh perusahaan yang berguna untuk meluncurkan layanan yang tepat bagi pelanggan. Dengan memanfaatkan teknologi, perusahaan dan pelanggan akan saling keuntungan.

		banyak diminati oleh pelanggan.	
--	--	---------------------------------	--

Dari beberapa penelitian di atas, penerapan CRM oleh berbagai perusahaan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Perusahaan pertanian pada tahun 2012 yang menerapkan e-CRM dengan teknologi *web* untuk pelanggan berupa *live chat* untuk informasi produk. Pada tahun 2013 perusahaan transportasi menerapkan CRM berupa penyediaan pembelian tiket Online, sehingga calon penumpang tidak harus datang ke agen tiket. Perusahaan industri pada tahun 2014 yang menerapkan CRM dengan memanfaatkan media sosial untuk penjualan produk, sekaligus melakukan analisa pelanggan. Selanjutnya penerapan CRM untuk perusahaan dengan meningkatkan layanan *Intelligence Bussiness* pada *wibsite* perusahaan pada tahun 2015. Pada tahun yang sama pula terdapat penelitian yang meneliti tentang pengaruh media sosial untuk pemasaran produk perusahaan. Perusahaan yang bergerak di bidang penjualan pada tahun 2016 menerapkan CRM dengan membuat *e-commerce* yang memanfaatkan *data Mining* yang digunakan untuk membangun relasi terhadap pelanggan secara terkontrol. Selanjutnya pada tahun 2017 terdapat penelitian yang menerangkan mengenai pentingnya penerapan CRM menggunakan *data Mining* yang digunakan untuk memberikan pendukung keputusan bagi perusahaan mengenai produk yang paling diminati oleh pembeli.

Dalam penelitian ini, CRM diimplementasikan pada perusahaan jasa perbankan yaitu BPRS Mitra Harmoni Malang menggunakan aplikasi e-CRM. Aplikasi e-CRM pada penelitian ini berupa sistem pendukung keputusan dalam penentuan status kelayakan nasabah untuk diberikan pembiayaan. Data yang diolah pada aplikasi ini berupa data pribadi nasabah seperti gaji, tunjangan, besar

pengajuan pembiayaan serta lama waktu pembayaran. Dengan diimplementasikan penelitian ini, maka perusahaan akan dapat menerapkan tiga jenis CRM yaitu :

1. Analitis

Dengan mengumpulkan data dan berkas calon nasabah yang hendak mengajukan pembiayaan, maka perusahaan akan dapat menganalisa nasabah yang layak diberikan pembiayaan dan yang belum layak, sesuai dengan jumlah pendanaan yang mereka ajukan. Sekaligus menganalisa di mana letak kekurangan sehingga pembiayaan tersebut tidak dapat diterima oleh calon nasabah.

2. Kolaboratif

Penerapan CRM secara menyeluruh kepada semua jajaran defisi yang terdapat di perusahaan efektif untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan, sehingga identifikasi terhadap nasabah lebih optimal.

3. Manajemen Pemasaran

Dengan menganalisa data nasabah yang sudah didapatkan, perusahaan dapat dengan tepat memberikan produk layanan perbankan kepada nasabah. Sehingga nasabah akan mendapatkan layanan yang maksimal dan loyalitas perusahaan akan meningkat.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Identifikasi Masalah

Sasaran utama BPR adalah meningkatkan pemerataan ekonomi nasional pada lingkup masyarakat ekonomi menengah ke bawah . Dengan terus merangkak naiknya harga kebutuhan pokok tentunya akan mempersulit masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokok khususnya pada kondisi masyarakat ekonomi menengah ke bawah seperti petani, peternak, pedagang, pengusaha kecil, pegawai dan pensiunan. Dengan mengandalkan BPR maka masyarakat bisa mengajukan dana pembiayaan atau pinjaman sesuai apa yang mereka butuhkan seperti biaya pendidikan, biaya kesehatan, biaya kebutuhan usaha dan sebagainya. Pada proses pengajuan pembiayaan, tidak semua masyarakat yang melakukan pengajuan pendanaan mendapatkan dana sesuai yang mereka butuhkan, karena terkendala oleh beberapa faktor diantaranya barang yang dijadikan sebagai jaminan atau agunan memiliki nilai yang tidak sesuai atau tidak mencukupi dengan nominal dana yang mereka ajukan kepada BPR, jarak yang jauh dari tempat tinggal menuju BPR, serta ada beberapa persyaratan berkas yang harus dilengkapi untuk dijadikan agunan sesuai dengan nominal dana yang mereka ajukan. Ketidaktahuan mengenai nilai agunan yang masyarakat ajukan juga merupakan salah satu kendala yang dialami ketika akan melakukan pengajuan pembiayaan.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini ada dua cara yaitu dengan melakukan observasi suatu tempat dan studi literatur. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data proses pengajuan pembiayaan pada BPRS Mitra Harmoni Malang.

3.2.1 Observasi

Pada penelitian ini, observasi terbagi menjadi beberapa jenis. Observasi dilakukan pada narasumber yang merupakan ahli di bidang proses pengajuan pembiayaan pada BPRS Mitra Harmoni Malang, yang mana observasi tersebut merupakan observasi *non* partisipan.

3.2.2 Studi Literatur

Pada studi literatur ini mencari sumber atau teori yang relevan dengan permasalahan yang ditemukan. Literatur tersebut berisikan, sebagai berikut:

1. Alur proses pengajuan pembiayaan manual oleh nasabah
2. Form pengajuan pembiayaan

Tujuannya adalah untuk mendapatkan referensi tentang pemecahan masalah dan solusi, sebagai acuan dalam melakukan penelitian dan menjadi sasaran dalam pembuatan sistem *e-CRM* yang akan dibuat.

3.3 Analisis Kebutuhan Sistem

Dibutuhkan dua jenis kebutuhan untuk mempermudah menganalisis kebutuhan sebuah sistem, yaitu kebutuhan fungsional dan kebutuhan *non*-fungsional.

3.3.1 Kebutuhan Fungsional

Kebutuhan fungsional adalah kebutuhan yang berkaitan langsung dengan sistem. Keutuhan fungsional dari aplikasi ini meliputi:

1. Kebutuhan Admin

- a. Melakukan *login* ke dalam sistem
- b. Memasukkan seluruh data nasabah yang mengajukan pendanaan dengan datang langsung ke bank
- c. Mengecek kelengkapan berkas nasabah
- d. Memilih nama marketing yang menangani pengajuan pendanaan setiap nasabah
- e. Menambahkan *user* dari berbagai *level*
- f. Melakukan *logout* dari sistem

2. Kebutuhan Marketing

- a. Melakukan *login* ke dalam sistem
- b. Menanggapi permintaan pengajuan pendanaan dari nasabah
- c. Melakukan cek kelengkapan berkas data pribadi sekaligus data agunan dari nasabah
- d. Melakukan validasi kelengkapan berkas nasabah
- e. Melakukan validasi persetujuan pemberian pendanaan kepada nasabah
- f. Melakukan *logout* dari sistem

3. Kebutuhan Kepala Bidang Marketing

- a. Melakukan *login* ke dalam sistem

- b. Melakukan validasi persetujuan kelengkapan berkas sekaligus persetujuan untuk melakukan survei jika pengajuan pendanaan di atas atau sama dengan 20 juta rupiah
 - c. Melakukan validasi usulan pemberian pendanaan kepada nasabah
 - d. Melakukan *logout* dari sistem
4. Kebutuhan Direksi
- a. Melakukan *login* ke dalam sistem
 - b. Memberikan validasi persetujuan pendanaan apabila terdapat pengajuan pembiayaan dari nasabah lebih dari atau sama dengan 20 juta rupiah
 - c. Melakukan *logout* ke dalam sistem
5. Kebutuhan Calon Nasabah
- a. Melakukan verifikasi nomor telepon ke dalam sistem
 - b. Melakukan *login* ke dalam sistem
 - c. Memasukkan data pribadi dan data pekerjaan
 - d. Memasukkan data pengajuan pendanaan
 - e. Melakukan *update* data pribadi, pekerjaan dan data pengajuan pendanaan
 - f. Melakukan *logout* dari sistem
6. Kebutuhan Nasabah
- a. Melakukan *login* ke dalam sistem
 - b. Memasukkan data pengajuan pendanaan
 - c. Melakukan *update* data pengajuan pendanaan
 - d. Melakukan *logout* dari sistem

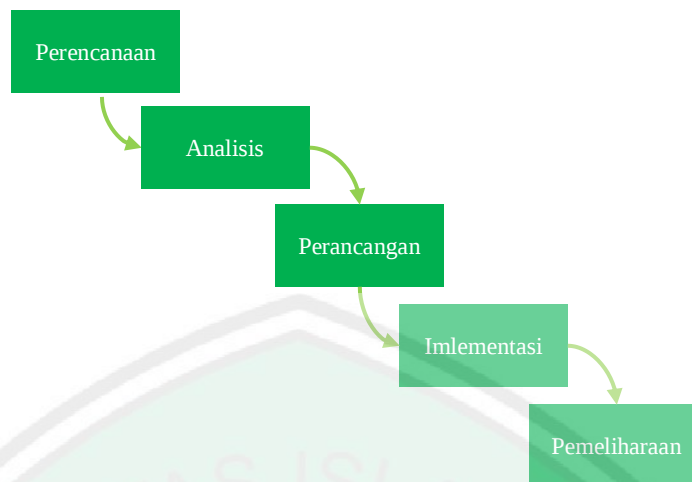
3.3.2 Kebutuhan Non-Fungsional

Kebutuhan *non-fungsional* adalah kebutuhan yang tidak berkaitan langsung dengan sistem. Perangkat yang digunakan dalam proses pembuatan sistem adalah sebagai berikut:

7. Kebutuhan Perangkat Keras
 - a. *Processor* AMD A8-7410 APU 2.20GHz
 - b. RAM 8 GB
 - c. *Harddisk* 500 GB
 - d. VGA AMD Radeon R5 Graphics
8. Kebutuhan Perangkat Lunak
 - a. Sistem Operasi: Windows 10 LTSC 64-bit
 - b. Web Browser: Mozilla Firefox
 - c. Text Editor: Sublime Text 3, Brackets
 - d. XAMPP
 - e. MySQL Database

3.4 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model SDLC (*System Development Life Cycle*). [39] menjelaskan bahwa SDLC merupakan sebuah siklus untuk membangun sistem dan memberikannya kepada pengguna melalui tahapan perencanaan, analisa, perancangan dan implementasi dengan cara memahami dan menyeleksi keadaan dan proses yang dilakukan pengguna untuk dapat mendukung kebutuhan pengguna



Gambar 3.1 Tahapan-tahapan dalam SDLC

Berikut ini adalah fase-fase SDLC [40] meliputi:

1. Perencanaan Sistem

Lebih menekankan pada aspek studi kelayakan pengembangan sistem (*feasibility study*). Aktivitas-aktivitas yang ada meliputi:

- a. Pembentukan dan konsolidasi tim pengembang.
- b. Mendefinisikan tujuan dan ruang lingkup pengembangan.
- c. Mengidentifikasi apakah masalah-masalah yang ada bisa diselesaikan melalui pengembangan sistem.
- d. Menentukan dan evaluasi strategi yang akan digunakan dalam pengembangan sistem.
- e. Penentuan prioritas teknologi dan pemilihan aplikasi.

2. Analisis Sistem

Analisa sistem adalah tahap di mana dilakukan aktivitas sebagai berikut:

- a. Melakukan studi literatur untuk menemukan suatu kasus yang bisa ditangani oleh sistem.

- b. *Brainstorming* dalam tim pengembang mengenai kasus mana yang paling tepat dimodelkan dengan sistem.
- c. Mengklasifikasikan masalah, peluang, dan solusi yang mungkin diterapkan untuk kasus tersebut.
- d. Analisa kebutuhan pada sistem dan membuat batasan-batasan sistem.
- e. Mendefinisikan kebutuhan sistem.

3. Perancangan Sistem

Pada tahap ini, fitur dan operasi-operasi pada sistem dideskripsikan secara detail. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan adalah:

- a. Menganalisa interaksi obyek dan fungsi pada sistem
- b. Menganalisa data dan membuat skema *database*
- c. Merancang *user interface*

4. Implementasi Sistem

Tahap berikutnya adalah mengimplementasikan rancangan dari tahap-tahap sebelumnya dan melakukan uji coba. Dalam implementasi ini, dilakukan aktivitas-aktivitas sebagai berikut:

- a. Membuat *database* sesuai skema rancangan
- b. Membuat aplikasi berdasarkan desain sistem
- c. Pengujian dan perbaikan aplikasi (*debugging*)

5. Pemeliharaan Sistem

Dilakukan oleh admin yang ditunjuk untuk menjaga sistem tetap mampu beroperasi secara benar melalui kemampuan sistem dalam mengadaptasikan diri dengan kebutuhan.

3.5 Identifikasi dan Analisis Proses Bisnis

3.5.1 Identifikasi Proses bisnis

Identifikasi proses bisnis adalah kegiatan identifikasi terhadap proses bisnis apa saja yang berkaitan dengan sistem informasi yang akan dibangun. Proses bisnis yang ada pada proses pengajuan pendanaan masih menggunakan cara manual dengan nasabah beberapa datang ke bank untuk proses pengajuan pendanaan.

1. Pengisian Formulir Pengajuan Pendanaan

Proses ini berlaku untuk nasabah baru yang ingin melakukan pengajuan pendanaan. Pada proses ini, nasabah diharuskan untuk datang ke bank guna melengkapi data yang dibutuhkan untuk pengajuan pendanaan, seperti data pribadi nasabah, data pekerjaan dan data agunan yang dipakai untuk mengajukan pendanaan.

2. Pembaharuan Data Nasabah

Nasabah diharuskan datang kembali ke bank untuk melengkapi berkas yang kurang ataupun untuk mengganti berkas yang dirasa kurang valid oleh pihak perbankan.

3.5.2 Analisis Proses Bisnis

Berikut ini merupakan analisa proses bisnis dari identifikasi proses bisnis yang telah penulis jelaskan di atas.

No	Proses Bisnis	Siapa yang terlibat	Dimana proses bisnis terjadi	Kapan proses bisnis terjadi	Bagaimana proses bisnis dilakukan	Dokumen apa saja yang terlibat dalam proses bisnis
1.	Pengisian Formulir Pengajuan Pendanaan	Nasabah	Di kantor bank	Saat melakukan pengajuan pendanaan	Nasabah mengisi data pribadi, data pekerjaan dan data pengajuan pendanaan dengan melampirkan berkas yang dibutuhkan	Data pribadi nasabah, data pekerjaan dan data pengajuan pendanaan yang meliputi jumlah pendanaan dan data agunan
2.	Pembaharuan Data Nasabah	Nasabah	Di kantor bank	Saat nasabah tidak memiliki data yang valid atau nasabah tidak memiliki berkas yang diharuskan dari pihak perbankan	Pihak perbankan melakukan pemberitahuan kepada nasabah tentang status data yang nasabah masukkan ke dalam form pengajuan pendanaan	Data pribadi nasabah, data pekerjaan dan data pengajuan pendanaan

3.6 Desain Sistem

Tahapan selanjutnya setelah melakukan analisis terhadap sistem adalah membuat desain sistem. Tahapan desain sistem ini dimulai dari desain proses sistem hingga desain *interface* sistem yang meliputi *Business Process Model and Notation* (BPMN).

3.6.1 BPMN

Dalam BPMN ini akan dijabarkan dan dijelaskan secara menyeluruh bagaimana alur proses pengajuan pembiayaan oleh nasabah, status kelayakan penerimaan dana pembiayaan hingga nasabah menerima dana pembiayaan yang diajukan pada sistem yang berjalan saat ini.

1. Mempersiapkan Berkas

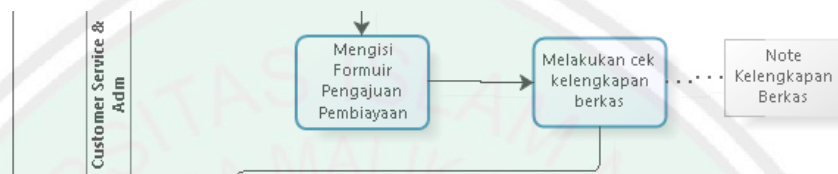
Kegiatan pertama yang dilakukan oleh nasabah dalam proses pengajuan pembiayaan adalah mempersiapkan berkas-berkas yang nantinya akan digunakan untuk melengkapi data nasabah. Berkas yang harus dipersiapkan meliputi fotokopi KTP serta dokumen terkait yang nantinya digunakan sebagai agunan/ jaminan pembiayaan.



Gambar 3.1 Proses Persiapan Berkas oleh Nasabah

2. Pengisian Formulir Permohonan Pembiayaan dan Pengecekan Berkas

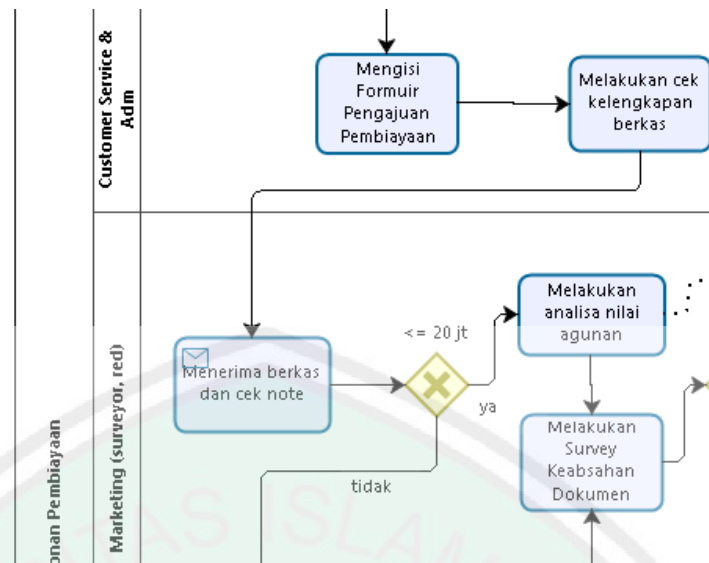
Ketika sampai di kantor BPR selanjutnya nasabah melakukan pengisian formulir permohonan pembiayaan. Dalam formulir ini berisi tentang data pribadi, data pekerjaan pribadi, data pekerjaan suami/ istri, jumlah pembiayaan, jangka waktu pengembalian, jenis pembiayaan serta tujuan melakukan pengajuan pembiayaan. Kemudian *customer service/* administrasi akan mengecek kelengkapan berkas nasabah.



Gambar 3.2 Pengisian Formulir Pengajuan dan Pengecekan Berkas

3. Penyerahan Berkas Kepada Bagian Marketing

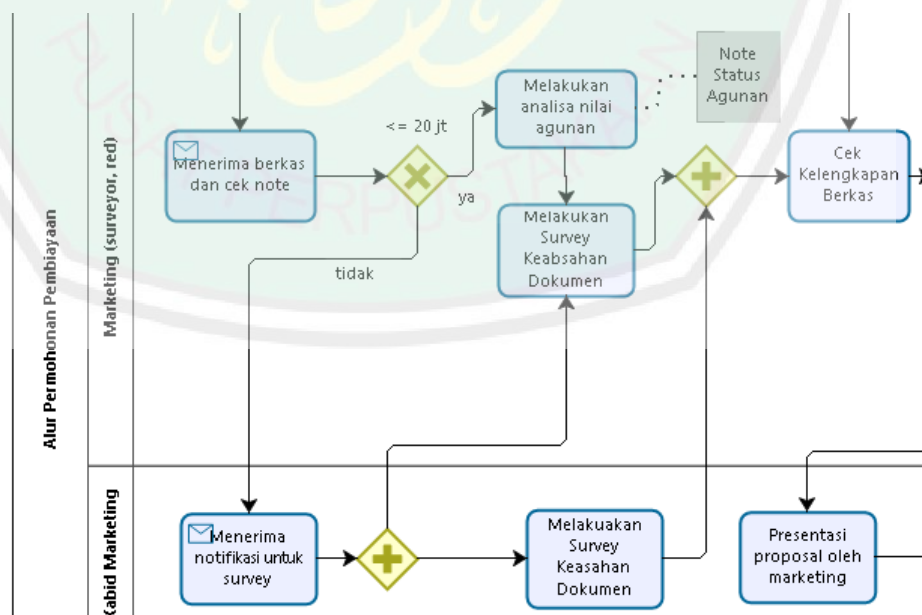
Setelah dinyatakan lengkap, maka berkas dari bagian administrasi akan diserahkan ke bagian marketing. Oleh marketing berkas-berkas tersebut dipelajari kesesuaian antara jumlah dana permohonan, waktu pengembalian dan jumlah agunan yang diajukan oleh nasabah, dan apabila jumlah permohonan dana lebih dari 20 juta, maka marketing akan melaporkan kepada kepala bidang marketing sehingga survei akan dilakukan oleh bagian marketing bersama dengan kepala bidang marketing. Apabila permohonan dana kurang dari 20 juta, maka survei hanya dilakukan oleh bagian marketing saja.



Gambar 3.3 Penyerahan Berkas Kepada Marketing

4. Melakukan Survei Lapangan

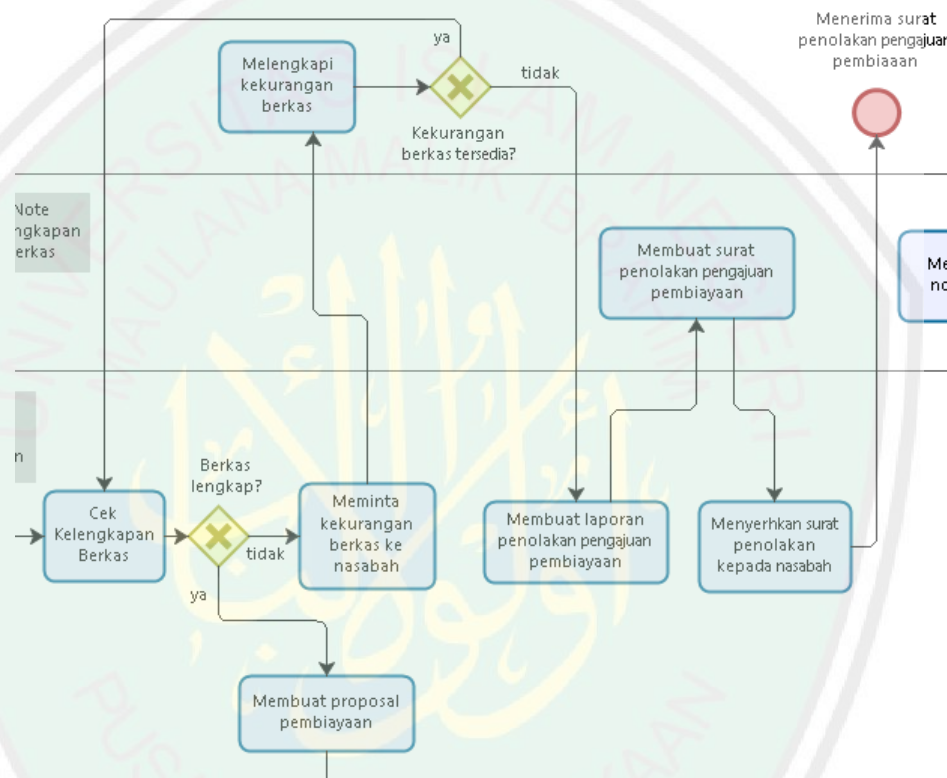
Setelah berkas dianalisa, selanjutnya dilakukan survei di rumah nasabah oleh marketing atau dengan kepala bidang marketing sesuai jumlah permohonan pendanaan yang diajukan oleh nasabah dengan membawa catatan apakah terjadi kekurangan berkas agunan yang dibutuhkan untuk menyesuaikan dengan jumlah permohonan pendanaan yang diajukan.



Gambar 3.4 Survei Lapangan

5. Pengecekan Kekurangan Berkas Agunan Oleh Marketing

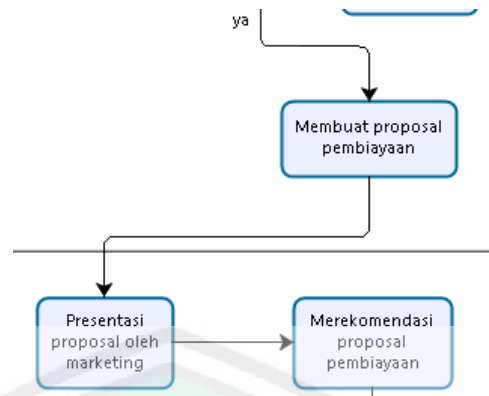
Apabila jumlah permohonan pendanaan yang dilakukan oleh nasabah tidak sesuai dengan agunan yang diajukan maka marketing akan meminta tambahan berkas agunan untuk melengkapi, menyesuaikan dengan jumlah permohonan pendanaan. Jika nasabah tidak memiliki berkas yang dimaksudkan, maka permohonan pembiayaan tidak dapat dilanjutkan.



Gambar 3.5 Cek Kekurangan Berkas Agunan

6. Pembuatan Proposal Oleh Marketing

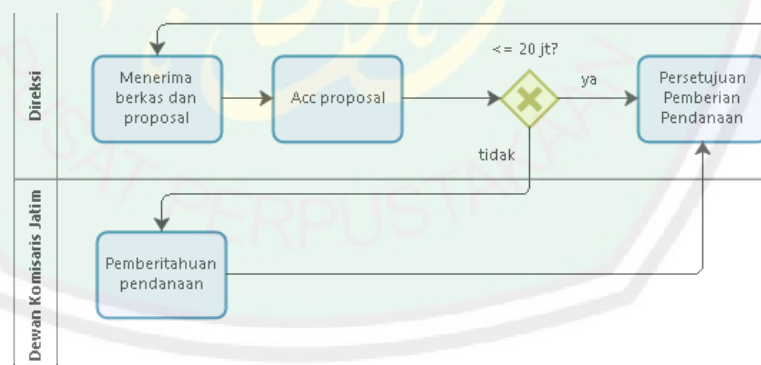
Apabila berkas nasabah sudah lengkap, selanjutnya marketing akan membuat proposal pengajuan pendanaan yang akan dipresentasikan kepada kepala bidang marketing. Jika terjadi kekurangan maka proposal tersebut akan direvisi oleh marketing sekaligus pemberian rekomendasi proposal bahwa nasabah tersebut bisa mendapatkan pendanaan sesuai yang diajukan.



Gambar 3.6 Pembuatan Proposal Oleh Marketing

7. Proposal Disetujui Oleh Direksi

Berkas dan proposal yang telah diberi rekomendasi oleh kepala bidang marketing tersebut selanjutnya diserahkan kepada direksi untuk diberikan tanda tangan persetujuan. Sebelum disetujui, apabila jumlah pengajuan pendanaan lebih dari atau sama dengan 20 juta maka direksi wajib melaporkan kepada Dewan Komisaris Jawa Timur bahwasanya ada pendanaan dengan jumlah lebih dari atau sama dengan 20 juta.

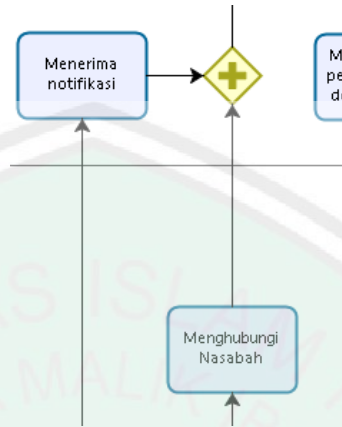


Gambar 3.7 Pemberian Persetujuan Direksi

8. Pemberitahuan Terhadap Administrasi Dan Marketing

Setelah melakukan persetujuan pengajuan pendanaan, selanjutnya direksi memberikan berkas pemberitahuan kepada administrasi mengenai jumlah

pendanaan yang akan diberikan. Bersamaan dengan itu, bagian marketing juga menerima pemberitahuan untuk menghubungi nasabah bahwasanya nasabah bisa mendapatkan pendanaan yang diajukan.



Gambar 3.8 Pemberitahuan Kepada Marketing Dan Admin

9. Nasabah Menerima Persetujuan Pendanaan

Setelah semua persyaratan yang nasabah ajukan sudah lengkap, maka pihak bank akan melakukan pengiriman pemberitahuan kepada nasabah bahwasanya pendanaan yang diajukan telah disetujui.



Gambar 3.9 Penerimaan Pendanaan Oleh Nasabah

3.6.2 Desain Input

Terdapat desain input (*form*) dari sistem aplikasi pengajuan pendanaan. Setiap desain input didiskripsikan sesuai dengan kategori manajemen yang berkaitan dengan desain sistem tersebut.

1. Manajemen Nasabah Oleh Admin

a. Desain form tambah nasabah

1) Desain input data pribadi nasabah

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://bprsmh-malang.co.id>. The page header includes 'BPRS Mitra Harmoni Kota Malang' and a 'Logout' button. The left sidebar contains a user profile icon, 'Selamat Datang Admin', and a menu with 'Dashboard', 'Data Nasabah', 'Data Pengajuan', and 'Manajemen User'. The main content area is titled 'Tambah Data Pribadi Nasabah' and contains the following form fields:

- Nama (Sesuai KTP):
- No. KTP:
- Nama Ibu Kandung:
- Tempat Lahir:
- Tanggal Lahir: (with a calendar icon)
- Nomor Telepon:
- Email:
- Jenis Kelamin: ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
- Kewarganegaraan: ☐ WNI ☐ WNA
- Status Perkawinan: ☐ Belum ☐ Kawin ☐ Janda ☐ Duda
- Status Pendidikan: ☐ SD ☐ SLTP ☐ SLTA ☐ Diploma

Gambar 3.10 Desain Input Data Nasabah Oleh Admin

2) Desain input data pekerjaan nasabah

The screenshot shows the same web browser window. The main content area is titled 'Tambah Data Pekerjaan Nasabah' and contains the following form fields:

- Pekerjaan (Pemohon):**
 - ☐ PNS ☐ Pegawai Swasta
 - ☐ Pensiunan ☐ Anggota TNI/POLRI
 - ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya
 - Jabatan: Masa Kerja (Tahun):
 - Nama Kantor/Perusahaan:
 - Alamat Kantor/Perusahaan:
 - Bidang Usaha yang dimiliki:
- Pekerjaan (Suami/Istri):**
 - ☐ PNS ☐ Pegawai Swasta
 - ☐ Pensiunan ☐ Anggota TNI/POLRI
 - ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya
 - Jabatan: Masa Kerja (Tahun):
 - Nama Kantor/Perusahaan:
 - Alamat Kantor/Perusahaan:
 - Bidang Usaha yang dimiliki:

A blue 'Simpan' button is located at the bottom left of the form.

Gambar 3.11 Desain Input Data Pekerjaan Nasabah Oleh Admin

b. Desain form edit data nasabah

1) Desain edit data pribadi nasabah

Gambar 3.12 Desain Form Edit Data Nasabah Oleh Admin

2) Desain edit data pekerjaan nasabah

Gambar 3.13 Desain Form Edit Data Pekerjaan Oleh Admin

2. Manajemen Permohonan Pendanaan Oleh Admin

a. Desain form tambah pengajuan pendanaan

Gambar 3.14 Desain Form Tambah Pendanaan Oleh Admin

3. Manajemen User Oleh Admin

a. Desain form tambah user

Gambar 3.15 Desaina Form Tambah User Oleh Admin

b. Desain form edit data user

Gambar 3.16 Desain Form Edit Data User Oleh Admin

4. Manajemen Nasabah Oleh Marketing

a. Desain form tambah nasabah

3) Desain input data pribadi nasabah

Gambar 3.17 Desain Input Data Nasabah Oleh Marketing

4) Desain input data pekerjaan nasabah

BROWSER

http://bprsmh-malang.co.id

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Selamat Datang Marketing

Dashboard

Data Nasabah

Data Pengajuan

Tambah Data Pekerjaan Nasabah

Pekerjaan (Pemohon)

☐ PNS ☐ Pegawai Swasta ☐ Pensiunan ☐ Anggota TNI/POLRI ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya

Jabatan Masa Kerja (Tahun)

Nama Kantor/Perusahaan

Alamat Kantor/Perusahaan

Bidang Usaha yang dimiliki

Simpan

Pekerjaan (Suami/Istri)

☐ PNS ☐ Pegawai Swasta ☐ Pensiunan ☐ Anggota TNI/POLRI ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya

Jabatan Masa Kerja (Tahun)

Nama Kantor/Perusahaan

Alamat Kantor/Perusahaan

Bidang Usaha yang dimiliki

Gambar 3.18 Desain Input Data Pekerjaan Oleh Marketing

b. Desain form edit data nasabah

3) Desain edit data pribadi nasabah

BROWSER

http://bprsmh-malang.co.id

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Selamat Datang Marketing

Dashboard

Data Nasabah

Data Pengajuan

Tambah Data Pribadi Nasabah

Nama (Sesuai KTP) No. KTP

Nama Ibu Kandung

Tempat Lahir Tanggal Lahir

Nomor Telepon Email

Jenis Kelamin Kewarganegaraan

Status Perkawinan Status Pendidikan

Simpan

Gambar 3.19 Desain Edit Data Nasabah Oleh Admin

4) Desain edit data pekerjaan nasabah

Browser

http://bprsmh-malang.co.id

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Selamat Datang Admin

Dashboard

Data Nasabah

Data Pengajuan

Manajemen User

Tambah Data Pekerjaan Nasabah

Pekerjaan (Pemohon)

☐ PNS ☐ Pegawai Swasta ☐ Pensiunan ☐ Anggota TNI/POLRI ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya

Jabatan: Direktur Masa Kerja (Tahun): 5

Nama Kantor/Perusahaan: PT TJWI KIMIA, Tbk

Alamat Kantor/Perusahaan: Jalan Merdeka Selatan No 12/3 Gresik

Bidang Usaha yang dimiliki: Restaurant

Simpan

Pekerjaan (Suami/Istri)

☐ PNS ☐ Pegawai Swasta ☐ Pensiunan ☐ Anggota TNI/POLRI ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya

Jabatan: Wakil Rektor I Masa Kerja (Tahun): 7

Nama Kantor/Perusahaan: Universitas Negeri Malang

Alamat Kantor/Perusahaan: Jalan Semarang

Bidang Usaha yang dimiliki: -

Gambar 3.20 Desain Form Edit Pekerjaan Oleh Marketing

5. Manajemen Permohonan Pendanaan Oleh Marketing

a. Desain form tambah pengajuan pendanaan

Browser

http://bprsmh-malang.co.id

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Selamat Datang Marketing

Dashboard

Data Nasabah

Data Pengajuan

Tambah Data Pengajuan Pembiayaan Nasabah

ID Nasabah : 1 Nama : Anggi Fauzan Hanif Alamat : Joyogrand, Merjosari - 54144

Jumlah Pembiayaan (Rp): Jangka Waktu (Bulan):

Pegembalian Dengan: ☐ Angsuran ☐ Lainnya

Jenis Pembiayaan: ☐ Murabahah ☐ Mudharabah ☐ Musyarakah ☐ Ijarah ☐ Multijasa

Tujuan Pembiayaan Untuk:

Simpan

Gambar 3.21 Desain Form Tambah Pendanaan Oleh Marketing

6. Registrasi Data Diri Oleh Nasabah

Gambar 3.22 Form Registrasi Nasabah Baru

7. Manajemen Data Pribadi Oleh Nasabah

a. Desain form input data nasabah

1) Desain input data pribadi nasabah

Gambar 3.23 Desain Input Data Pribadi Oleh Nasabah

2) Desain input data pekerjaan nasabah

BROWSER

http://bprsmh-malang.co.id

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Selamat Datang Nasabah

Dashboard

Data Pribadi

Data Pengajuan

Tambah Data Pekerjaan Nasabah

Pekerjaan (Pemohon)

☐ PNS ☐ Pegawai Swasta ☐ Pensiunan ☐ Anggota TNI/POLRI ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya

Jabatan Masa Kerja (Tahun)

Nama Kantor/Perusahaan

Alamat Kantor/Perusahaan

Bidang Usaha yang dimiliki

Simpan

Pekerjaan (Suami/Istri)

☐ PNS ☐ Pegawai Swasta ☐ Pensiunan ☐ Anggota TNI/POLRI ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya

Jabatan Masa Kerja (Tahun)

Nama Kantor/Perusahaan

Alamat Kantor/Perusahaan

Bidang Usaha yang dimiliki

Gambar 3.24 Desain Input Data Pribadi Oleh Nasabah

b. Desain edit data pribadi nasabah

1) Desain edit data pribadi nasabah

BROWSER

http://bprsmh-malang.co.id

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Selamat Datang Nasabah

Dashboard

Data Pribadi

Data Pengajuan

Tambah Data Pribadi Nasabah

Nama (Sesuai KTP) No. KTP

Anggi Fauzan H 3503061234560001

Nama Ibu Kandung

Dyah Kusumaningtyas

Tempat Lahir Tanggal Lahir

Trenggalek 13/04/1993

Nomor Telepon Email

083846081814 anggifauzan@gmail.com

Jenis Kelamin Kewarganegaraan

☐ Laki-laki ☐ Perempuan ☐ WNI ☐ WNA

Status Perkawinan Status Pendidikan

☐ Belum ☐ Kawin ☐ Janda ☐ Duda ☐ SD ☐ SLTP ☐ SLTA ☐ Diploma

Gambar 3.25 Desain Edit Data Pribadi Nasabah

2) Desain edit data pekerjaan oleh nasabah

Browser

http://bprsmh-malang.co.id

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Selamat Datang Nasabah

Dashboard

Data Pribadi

Data Pengajuan

Tambah Data Pekerjaan Nasabah

Pekerjaan (Pemohon)

☐ PNS ☐ Pegawai Swasta ☐ Pensiunan ☐ Anggota TNI/POLRI ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya

Jabatan: Direktur Masa Kerja (Tahun): 5

Nama Kantor/Perusahaan: PT TJIWI KIMIA, Tbk

Alamat Kantor/Perusahaan: Jalan Merdeka Selatan No 12/3 Gresik

Bidang Usaha yang dimiliki: Restaurant

Simpan

Pekerjaan (Suami/Istri)

☐ PNS ☐ Pegawai Swasta ☐ Pensiunan ☐ Anggota TNI/POLRI ☐ Wiraswasta ☐ Lainnya

Jabatan: Wakil Rektor I Masa Kerja (Tahun): 7

Nama Kantor/Perusahaan: Universitas Negeri Malang

Alamat Kantor/Perusahaan: Jalan Semarang

Bidang Usaha yang dimiliki: -

Gambar 3.26 Desain Edit Data Pekerjaan Oleh Nasabah

8. Manajemen Data Pengajuan Pendanaan Oleh Nasabah

a. Desain tambah pengajuan oleh nasabah

Browser

http://bprsmh-malang.co.id

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Selamat Datang Nasabah

Dashboard

Data Pribadi

Data Pengajuan

Tambah Data Pengajuan Pembiayaan Nasabah

ID Nasabah : 1 Nama : Anggi Fauzan Hanif Alamat : Joyogrand, Merjosari - 54144

Jumlah Pembiayaan (Rp): Jangka Waktu (Bulan):

Pembayaran Dengan

☐ Angsuran ☐ Lainnya

Jenis Pembiayaan

☐ Murabahah ☐ Mudharabah ☐ Musyarakah ☐ Ijarah ☐ Multijasa

Tujuan Pembiayaan Untuk:

Simpan

Gambar 3.27 Desain Tambah Pengajuan Pendanaan Oleh Nasabah

b. Desain edit data pengajuan oleh nasabah

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Tambah Data Pengajuan Pembiayaan Nasabah

ID Nasabah : 1 Nama : Anggi Fauzan Hanif Alamat : Joyogrand, Merjosari - 54144

Jumlah Pembiayaan (Rp) : 1234000 Jangka Waktu (Bulan) : 9

Pegembalian Dengan
☐ Angsuran ☐ Lainnya

Jenis Pembiayaan
☐ Murabahah ☐ Mudharabah ☐ Musyarakah ☐ Ijarah ☐ Multijasa

Tujuan Pembiayaan Untuk
 Pembelian Televisi

Simpan

Gambar 3.28 Desain Edit Data Pengajuan Oleh Nasabah

3.6.3 Desain Output

Terdapat 3 desain output yang dirancang dengan menggunakan software designer Balsamiq Mockup. Desain output merupakan hasil keluaran sistem dari setiap proses input yang dapat berupa tabel, grafik atau diagram yang berisikan data hasil inputan.

1. Desain Output Data Nasabah

a. Desain output tabel nasabah

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Tabel Data Nasabah

10 record per page search

No	Nama	Alamat	Email	No. Telp	Aksi
1	Anggi F H	Merjosari - Lowokwaru - 65144	anggifauzan@gmail.com	084133424141	Detail
2					
3					
4					
5					

Tambah Data Nasabah

Gambar 3.29 Desain Output Tabel Nasabah

b. Desain output detail data pribadi nasabah

Browser

http://bprsmh-malang.co.id

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Selamat Datang Nasabah

Dashboard

Data Pribadi

Data Pengajuan

Data Pribadi Nasabah - Marketing : Zidan Alim Adyatma

Nama : Anggi F H

Email : anggifauzan@gmail.com

No. Telp. : 081234567890

No. KTP : 3503061234560001

Tempat/Tgl Lahir : Trenggalek, 13 - 04 - 1993

Nama Ibu Kandung : Dyah Kusumaningtyas

Jenis Kelamin : Laki-laki

Kewarganegaraan : Indonesia

Status Perkawinan : Belum Kawin

Status Pendidikan : S1

Alamat (Sesuai KTP) : Ds. Karangn, Kab. Trenggalek - 66316

Alamat (Sekarang) : Joyogrand, Merjosari - 65144

Nomor NPWP : -

Status Rumah : Milik Sendiri

Kelengkapan Data Belum Dikonfirmasi

Kirim Pesan Marketing

Foto KTP

Foto KK

Gambar 3.30 Desain Output Data Pribadi Nasabah

2. Desain Output Data Pengajuan Pendanaan

a. Desain output tabel data pengajuan pendanaan nasabah

Browser

http://bprsmh-malang.co.id

BPRS Mitra Harmoni
Kota Malang

Logout

Selamat Datang Admin

Dashboard

Data Nasabah

Data Pengajuan

Manajemen User

Tabel Data Pengajuan Pendanaan

10 record per page

Q search

No.	Nama	Jumlah Pembiayaan	Status	Aksi
1	Anggi F H	Rp. 1230.000	Diajukan	Detail
2	Angga WS	Rp. 3.210.000	Disetujui	

Tabel Data Nasabah

No.	Nama	Alamat	Pendanaan	Aksi
1	Anggi F H	Merjosari- 65144	Tidak ada Pendanaan	Tambah
2	Angga WS	Dinoyo- 65144	Berjalan	Tambah
3				
4				
5				

Gambar 3.31 Desain Output Tabel Pengajuan Pendanaan Nasabah

b. Desain output detail pengajuan pendanaan nasabah

Gambar 3.32 Desain Output Detail Pengajuan Pendanaan

3. Desain Output Data User

Gambar 3.33 Desain Output Data User

3.6.4 Desain Proses

Identifikasi desain proses pada Aplikasi Penentuan Kelayakan Kepada Nasabah dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Tabel Desain Proses

No.	Proses Sistem	Deskripsi Proses
-----	---------------	------------------

1.	Menambah Data Nasabah Oleh Admin	Administrator memilih tombol tambah data nasabah. Form tambah data nasabah akan tampil dan admin akan mengisi data pribadi dan data pekerjaan nasabah. Setelah admin memilih tombol simpan maka sistem akan menambahkan data di tabel nasabah pada database.
2.	Menambah Data Pengajuan Pendanaan Oleh Admin	Administrator memilih tombol tambah pengajuan. Form tambah pengajuan akan tampil dan admin akan mengisi data pengajuan pendanaan nasabah. Setelah admin memilih tombol simpan maka sistem akan menambahkan data di tabel pendanaan pada database.
3.	Menambahkan Data User Oleh Admin	Administrator memilih menu manajemen <i>user</i> , kemudian memilih tombol tambah <i>user</i> . Form tambah <i>user</i> akan tampil dan admin akan mengisi data <i>user</i> baru. Setelah admin memilih tombol simpan maka sistem akan menambahkan data di tabel <i>user</i> pada database. Proses ini hanya terdapat pada administrator.
4.	Menambahkan Data Pribadi Nasabah Oleh Nasabah	Setelah nasabah melakukan registrasi pada sistem, maka nasabah akan melakukan pengisian data pribadi dan data pekerjaan nasabah. Setelah nasabah memilih tombol simpan maka sistem akan menambahkan data pribadi nasabah pada tabel nasabah di database.
5.	Menambahkan Data Pengajuan Pendanaan Oleh Nasabah	Nasabah memilih menu tambah pengajuan pendanaan. Form tambah pengajuan pendanaan akan tampil dan nasabah akan mengisi data yang dibutuhkan untuk pengajuan pendanaan. Setelah nasabah memilih tombol tambah pendanaan maka sistem akan menambahkan data pengajuan pada tabel pendanaan.
6.	Melakukan Registrasi Nasabah Oleh Nasabah Baru	Nasabah mengisi data registrasi berupa nama, email dan nomor telepon ke dalam sistem. Sistem akan mengirimkan kode verifikasi nomor telepon. Nasabah menerima kode verifikasi telepon dan memasukkan ke dalam sistem. Setelah calon nasabah melakukan

		verifikasi nomor telepon maka sistem akan menyimpan data registrasi nasabah ke dalam database.
7.	Menambahkan Data Nasabah Oleh Marketing	Marketing memilih tombol tambah nasabah pada menu nasabah. Form nasabah akan tampil dan marketing mengisi data pribadi dan data pekerjaan nasabah. Setelah marketing memilih tombol simpan, maka sistem akan menambahkan data pribadi dan data pekerjaan nasabah ke dalam tabel nasabah pada database.
8.	Menambahkan Data Pengajuan Pendanaan Oleh Marketing	Marketing tombol tambah pengajuan pada tabel nasabah yang berada di menu data pengajuan. Form tambah pengajuan akan tampil selanjutnya marketing menambahkan data pengajuan pendanaan nasabah. Setelah marketing memilih tombol tambah pengajuan maka sistem akan menyimpan data pengajuan nasabah ke dalam tabel pengajuan pada database.

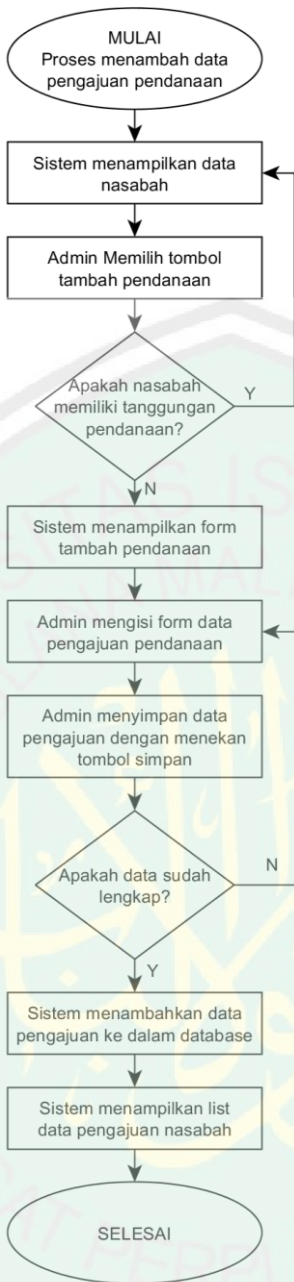
3.6.5 Desain Sistem

Desain sistem Aplikasi Penentuan Kelayakan Kepada Nasabah ini digambarkan dengan *flowchart* oleh peneliti yang mengacu pada identifikasi desain proses sistem yang telah dijabarkan pada Tabel 3.1 pada subbab sebelumnya.

Tabel 3.2 Desain Sistem

No.	Proses Sistem	Deskripsi Proses
1.	Menambah Data Nasabah Oleh Admin	Administrator memilih tombol tambah data nasabah. Form tambah data nasabah akan tampil dan admin akan mengisi data pribadi dan data pekerjaan nasabah. Setelah admin memilih tombol simpan maka sistem akan

	<pre> graph TD Start([MULAI Proses Menambah Data Nasabah]) --> Step1[Admin Memilih tombol tambah nasabah] Step1 --> Step2[Sistem menampilkan form tambah nasabah] Step2 --> Step3[Admin mengisi form data pribadi dan pekerjaan nasabah] Step3 --> Step4[Admin menyimpan data nasabah dengan menekan tombol simpan] Step4 --> Decision{Apakah data sudah lengkap?} Decision -- N --> Step3 Decision -- Y --> Step5[Sistem menambahkan data nasabah ke dalam database] Step5 --> Step6[Sistem menampilkan list data nasabah] Step6 --> End([SELESAI]) </pre>	menambahkan data di tabel nasabah pada database.
2.	Menambah Data Pengajuan Pendanaan Oleh Admin	Administrator memilih tombol tambah pengajuan. Form tambah pengajuan akan tampil dan admin akan mengisi data pengajuan pendanaan nasabah. Setelah admin memilih tombol simpan maka sistem akan menambahkan data di tabel pendanaan pada database.

	 <pre> graph TD Start([MULAI Proses menambah data pengajuan pendanaan]) --> DisplayNasabah[Sistem menampilkan data nasabah] DisplayNasabah --> AdminClick[Admin Memilih tombol tambah pendanaan] AdminClick --> Decision1{Apakah nasabah memiliki tanggungan pendanaan?} Decision1 -- Y --> DisplayNasabah Decision1 -- N --> DisplayForm[Sistem menampilkan form tambah pendanaan] DisplayForm --> AdminFill[Admin mengisi form data pengajuan pendanaan] AdminFill --> AdminSave[Admin menyimpan data pengajuan dengan menekan tombol simpan] AdminSave --> Decision2{Apakah data sudah lengkap?} Decision2 -- Y --> AddDB[Sistem menambahkan data pengajuan ke dalam database] Decision2 -- N --> AdminFill AddDB --> DisplayList[Sistem menampilkan list data pengajuan nasabah] DisplayList --> End([SELESAI]) </pre>	
3.	Menambahkan Data <i>User</i> Oleh Admin	Administrator memilih menu manajemen <i>user</i>, kemudian memilih tombol tambah <i>user</i>. Form tambah <i>user</i> akan tampil dan admin akan mengisi data <i>user</i> baru. Setelah admin memilih tombol simpan maka sistem akan menambahkan data di

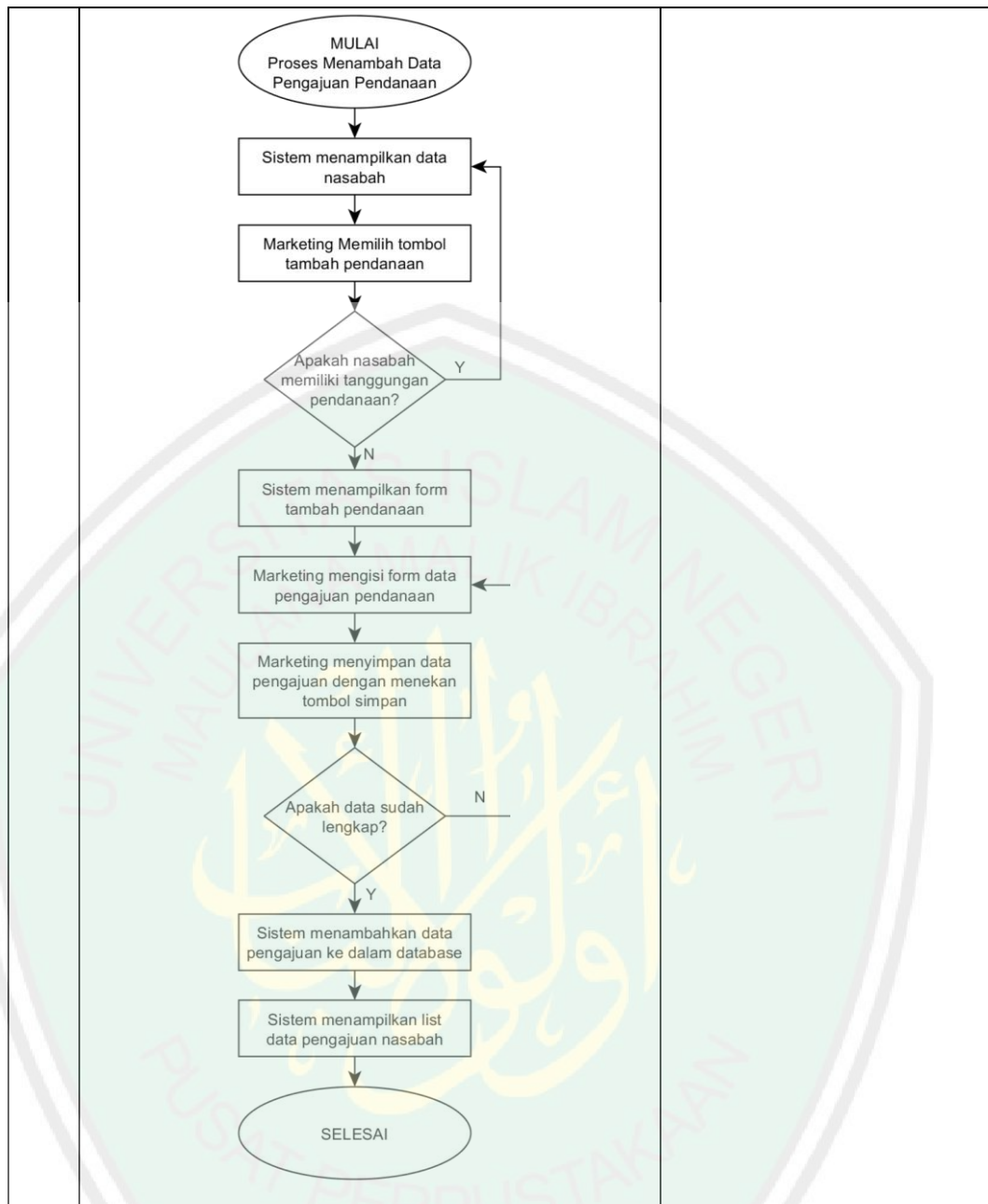
	 <pre> graph TD Start([MULAI Proses Menambah Data User]) --> AdminSelect[Admin Memilih tombol tambah user] AdminSelect --> SystemForm[Sistem menampilkan form tambah user] SystemForm --> AdminFill[Admin mengisi form data user] AdminFill --> AdminSave[Admin menyimpan data user dengan menekan tombol simpan] AdminSave --> SystemGenerate[Sistem mengenerate username dan password user] SystemGenerate --> SystemAddDB[Sistem menambahkan data user ke dalam database] SystemAddDB --> SystemList[Sistem menampilkan list data user] SystemList --> End([SELESAI]) </pre>	tabel <i>user</i> pada database. Proses ini hanya terdapat pada administrator.
4.	Menambahkan Data Pribadi Nasabah Oleh Nasabah	Setelah nasabah melakukan registrasi pada sistem, maka nasabah akan melakukan pengisian data pribadi dan data pekerjaan nasabah. Setelah nasabah memilih tombol simpan maka sistem akan menambahkan data pribadi nasabah pada tabel nasabah di database.

	<pre> graph TD Start([MULAI Proses Menambah Data Nasabah]) --> Login[Nasabah login ke sistem dengan nomor telepon] Login --> Form[Sistem menampilkan form input data nasabah] Form --> Fill[Nasabah mengisi form data pribadi dan pekerjaan nasabah] Fill --> Save[Nasabah menyimpan data nasabah dengan menekan tombol simpan] Save --> Check{Apakah data sudah lengkap?} Check -- N --> Fill Check -- Y --> Add[Sistem menambahkan data nasabah ke dalam database] Add --> Detail[Sistem menampilkan detail data nasabah] Detail --> End([SELESAI]) </pre>	
5.	Menambahkan Data Pengajuan Pendanaan Oleh Nasabah	Nasabah memilih menu tambah pengajuan pendanaan. Form tambah pengajuan pendanaan akan tampil dan nasabah akan mengisi data yang dibutuhkan untuk pengajuan pendanaan. Setelah nasabah memilih tombol tambah pendanaan maka sistem akan menambahkan data pengajuan pada tabel pendanaan.

	<pre> graph TD Start([MULAI Proses Menambah Data Pengajuan Pendanaan]) --> Step1[Nasabah memilih menu data pengajuan] Step1 --> Step2[Sistem menampilkan list history pengajuan nasabah] Step2 --> Step3[Nasabah memilih tombol tambah pengajuan] Step3 --> Decision1{Apakah memiliki tanggungan pendanaan?} Decision1 -- Y --> Step2 Decision1 -- N --> Step4[Sistem menampilkan form input data pengajuan] Step4 --> Step5[Nasabah mengisi form pengajuan pendanaan] Step5 --> Step6[Nasabah menyimpan data nasabah dengan menekan tombol simpan] Step6 --> Decision2{Apakah data sudah lengkap?} Decision2 -- N --> Step5 Decision2 -- Y --> Step7[Sistem menambahkan data pengajuan ke dalam database] Step7 --> Step8[Sistem menampilkan list history pendanaan] Step8 --> End([SELESAI]) </pre>	
6.	Melakukan Registrasi Nasabah Oleh Nasabah Baru	Nasabah mengisi data registrasi berupa nama, email dan nomor telepon ke dalam sistem. Sistem akan mengirimkan kode verifikasi nomor telepon. Nasabah menerima kode ferifikasi telepon dan memasukkan ke dalam

	<pre> graph TD Start([MULAI Proses Registrasi Nasabah Baru]) --> Step1[Sistem menampilkan form registrasi nasabah baru] Step1 --> Step2[Nasabah mengisi form registrasi] Step2 --> Step3[Sistem mengirim kode verifikasi] Step3 --> Dec1{Apakah nomor telepon valid?} Dec1 -- N --> Step2 Dec1 -- Y --> Step4[Nasabah menerima kode verifikasi] Step4 --> Step5[Sistem menampilkan form input kode verifikasi] Step5 --> Step6[Nasabah memasukkan kode verifikasi] Step6 --> Dec2{Apakah kode verifikasi benar?} Dec2 -- N --> Step5 Dec2 -- Y --> Step7[Sistem menyimpan data registrasi user ke dalam database] Step7 --> End([SELESAI]) </pre>	sistem. Setelah calon nasabah melakukan verifikasi nomor telepon maka sistem akan menyimpan data registrasi nasabah ke dalam database.
7.	Menambahkan Data Nasabah Oleh Marketing	Marketing memilih tombol tambah nasabah pada menu nasabah. Form nasabah akan tampil dan marketing mengisikan data pribadi dan data pekerjaan nasabah. Setelah marketing memilih tombol simpan, maka sistem akan menambahkan data

	 <pre> graph TD Start([MULAI Proses Menambah Data Nasabah]) --> Step1[Marketing memilih tombol tambah nasabah] Step1 --> Step2[Sistem menampilkan form tambah nasabah] Step2 --> Step3[Admin mengisi form data pribadi dan pekerjaan nasabah] Step3 --> Step4[Marketing menyimpan data nasabah dengan menekan tombol simpan] Step4 --> Decision{Apakah data sudah lengkap?} Decision -- N --> Step3 Decision -- Y --> Step5[Sistem menambahkan data nasabah ke dalam database] Step5 --> Step6[Sistem menampilkan list data nasabah] Step6 --> End([SELESAI]) </pre>	pribadi dan data pekerjaan nasabah ke dalam tabel nasabah pada database.
8.	Menambahkan Data Pengajuan Pendanaan Oleh Marketing	Marketing tombol tambah pengajuan pada tabel nasabah yang berada di menu data pengajuan. Form tambah pengajuan akan tampil selanjutnya marketing menambahkan data pengajuan pendanaan nasabah. Setelah marketing memilih tombol tambah pengajuan maka sistem akan menyimpan data pengajuan nasabah ke dalam tabel pengajuan pada database.



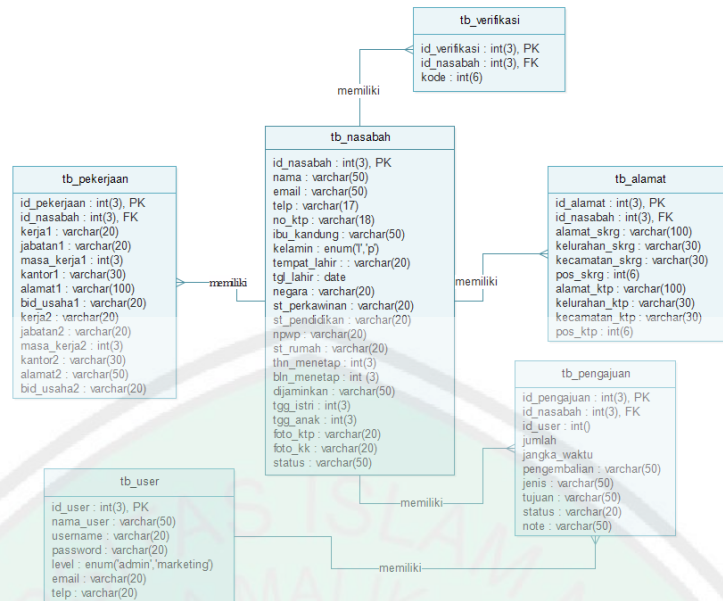
3.6.6 Desain Database

Desain database merupakan komponen dasar dari sistem informasi. Tujuan dibuat desain database diantaranya adalah untuk memudahkan pengertian struktur informasi dari sebuah sistem, oleh karena itu sebelum membangun sebuah sistem informasi, desain database perlu diselesaikan terlebih dahulu.

Dalam pembangunan aplikasi ini, peneliti membuat database dengan nama db_pembiayaan. Di bawah ini dijabarkan tabel-tabel yang diperlukan dalam proses pembuatan aplikasi:

1. Tabel Nasabah
2. Tabel Pekerjaan
3. Tabel Alamat
4. Tabel Pengajuan
5. Tabel *User*
6. Tabel Verifikasi

Dari jabaran semua tabel yang terkait dengan pembuatan aplikasi ini, maka peneliti membuat ERD (*Entity Relational Diagram*). ERD adalah suatu model untuk menjelaskan mengenai hubungan antar data dalam basis data berdasarkan objek-objek dasar data yang memiliki hubungan antar relasi [56]. Berikut merupakan ERD dari Aplikasi *E-Customer Relation Management* (E-Crm) Penentuan Kelayakan Pembiayaan Nasabah yang menggambarkan tentang relasi antar tabel dan penulis gambar menggunakan software Edraw Max 7.9.



Gambar 3.34 Diagram ERC Aplikasi e-CRM

3.7 Pengerjaan Sistem

Sistem dikerjakan menggunakan PHP dan HTML5 dengan menggunakan database MySQL.

3.8 Pengujian Sistem

Proses pengujian sistem ini dilakukan setelah pembangunan sistem selesai dengan pengecekan terhadap keputusan yang dihasilkan oleh sistem mengenai pemberian status kelayakan pengajuan pembiayaan yang dilakukan oleh nasabah pada BPRS Mitra Harmoni Malang.

3.9 Implementasi Sistem

Implementasi sistem dilakukan apabila sistem yang telah dibangun dapat diterima dan diimplementasikan secara nyata pada kegiatan proses pengajuan pembiayaan oleh nasabah kepada BPRS Mitra Harmoni Malang.

3.10 Pembuatan Laporan Skripsi

Pembuatan laporan skripsi merupakan dokumentasi dari setiap langkah yang dilakukan dalam pembuatan aplikasi *e-CRM* yang dibangun.



BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Implementasi Program

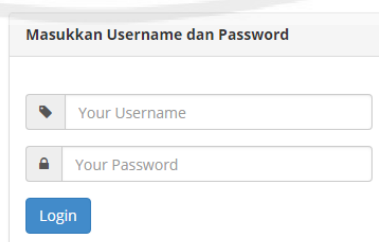
Dalam implementasi program ini, penulis menjelaskan mengenai pembangunan komponen-komponen pokok sebuah sistem berdasarkan desain yang sudah dibuat. Selain itu, dalam implementasi sistem juga dijelaskan mengenai sebuah proses pembuatan dan penerapan sistem secara utuh baik dari sisi perangkat keras dan dari sisi perangkat lunak.

4.2 Implementasi Antarmuka/*Interface*

Antarmuka dalam aplikasi *e-CRM* dengan studi kasus pada BPRS Mitra Harmoni Malang ini, penulis membagi menjadi dua bagian, yaitu antarmuka yang diakses oleh pihak bank (bagian administrasi dan marketing), dan antarmuka yang diakses oleh nasabah (nasabah dan calon nasabah). Pembuatan antarmuka pada aplikasi ini, penulis menggunakan bahasa pemrograman PHP dan menggunakan *template* Binary Admin. Berikut ini dipaparkan mengenai antarmuka yang terdapat dalam aplikasi *e-CRM*.

2.3.1 Antarmuka Halaman *User Admin*

1. Halaman *Login*



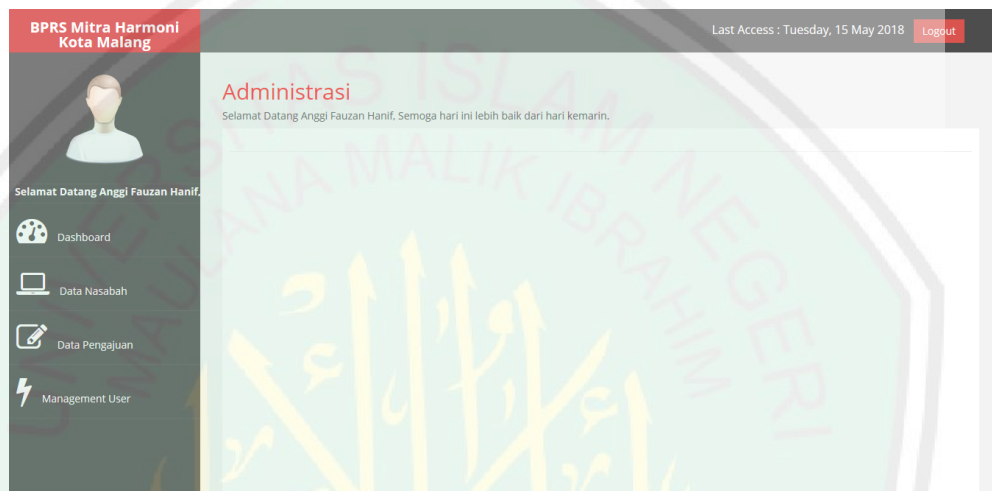
The image shows a login form titled "Masukkan Username dan Password". It contains two input fields: "Your Username" and "Your Password". Below the password field is a blue "Login" button. The form is set against a light gray background with a subtle watermark of a circular emblem.

Gambar 4.1 Antarmuka Halaman Login

Halaman login ini yang digunakan oleh pihak bank untuk masuk pada aplikasi e-CRM. Pada halaman login ini, terdapat dua *level* yaitu *level* admin dan marketing. *Level* admin digunakan untuk bagian administrasi, dan sedangkan *level* marketing digunakan untuk login oleh bagian marketing.

2. Halaman *Dashboard*

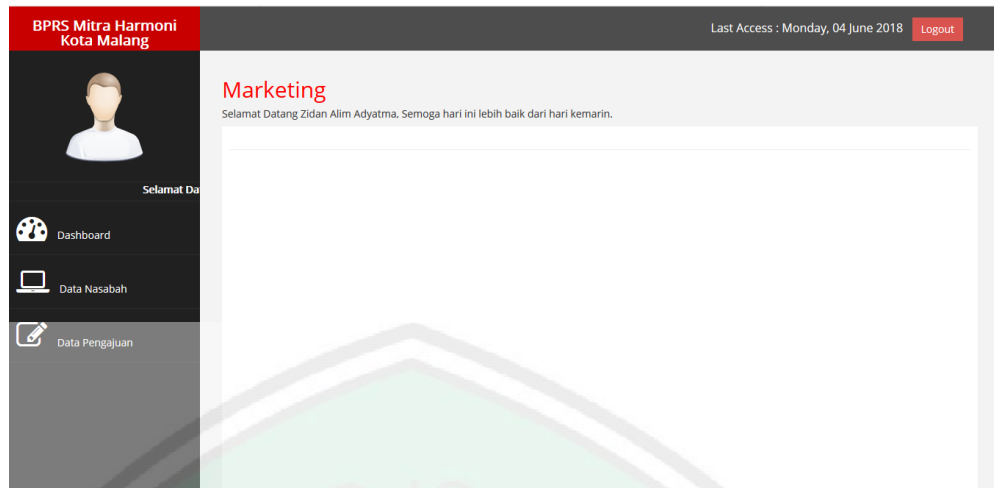
a. *Level* Admin



Gambar 4.2 Halaman Dashboard Admin

Ketika admin *login* pada sistem, maka yang pertama ditampilkan adalah halaman dashboard. Pada antarmuka admin ini, terdapat empat menu utama, yaitu dashboard, data nasabah, data pengajuan dan manajemen *user*. Terdapat pula tombol *logout* yang berada pada pojok kanan atas.

b. *Level* Marketing



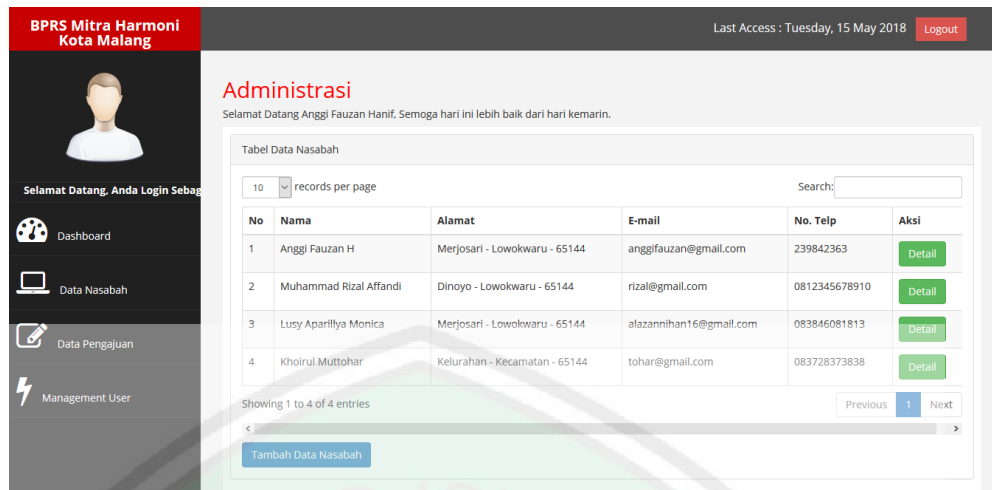
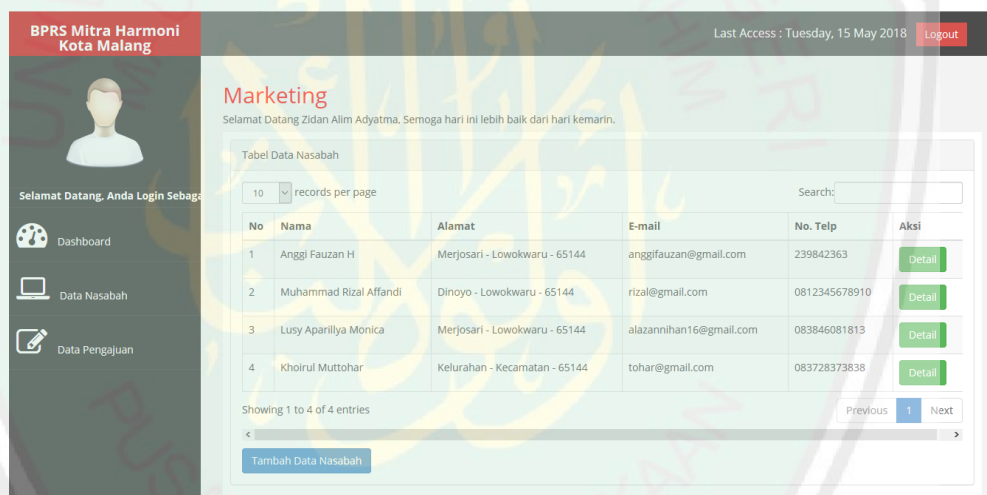
Gambar 4.3 Halaman Dashboard Marketing

Ketika *login*, halaman yang pertama muncul pada *level* marketing ini adalah halaman dashboard. Tidak jauh beda dengan halaman admin, hanya saja pada *level* marketing ini hanya terdapat tiga menu utama saja, yaitu dashboard, data nasabah dan data pengajuan.

3. Halaman Data Nasabah

Pada halaman nasabah, ditampilkan daftar nasabah yang terdaftar pada aplikasi *e-CRM* ini. Terdapat pilihan untuk *pagination* tampilan data nasabah, serta inputan *search* untuk mencari data nasabah secara spesifik. Antarmuka untuk *level* admin maupun marketing, dalam menu ini adalah sama.

a. *Level* Admin

Gambar 4.4 Halaman Nasabah *Level* Adminb. *Level* MarketingGambar 4.5 Halaman Nasabah *Level* Marketing

4. Halaman Tambah Data Nasabah

Pada halaman tambah data nasabah, untuk *level* admin dan marketing hanya terdapat sedikit perbedaan. Apabila pada *level* admin, pada saat menambahkan data nasabah baru, maka terdapat menu pilih marketing. Hal ini bertujuan untuk penentuan penanggung jawab setiap nasabah oleh marketing.

a. *Level* Admin

BPRS Mitra Harmoni Kota Malang

Last Access : Tuesday, 15 May 2018 [Logout](#)

Administrasi

Selamat Datang Anggi Fauzan Hanif, Semoga hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Tambah Data Pribadi Nasabah

Nama (sesuai KTP) No. KTP

Nama Ibu Kandung

Tempat Lahir Tanggal Lahir

Nomor Telepon E-Mail

Jenis Kelamin ☐ Laki-laki ☐ Perempuan Kewarganegaraan ☒ WNI ☐ WNA

Status Perkawinan Status Pendidikan

Gambar 4.6 Halaman Tambah Data Nasabah Oleh Admin

b. *Level Marketing*

BPRS Mitra Harmoni Kota Malang

Last Access : Tuesday, 15 May 2018 [Logout](#)

Marketing

Selamat Datang Zidan Alim Adyatma, Semoga hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Tambah Data Pribadi Nasabah

Nama (sesuai KTP) No. KTP

Nama Ibu Kandung

Tempat Lahir Tanggal Lahir

Nomor Telepon E-Mail

Jenis Kelamin ☐ Laki-laki ☐ Perempuan Kewarganegaraan ☐ WNI ☐ WNA

Status Perkawinan Status Pendidikan

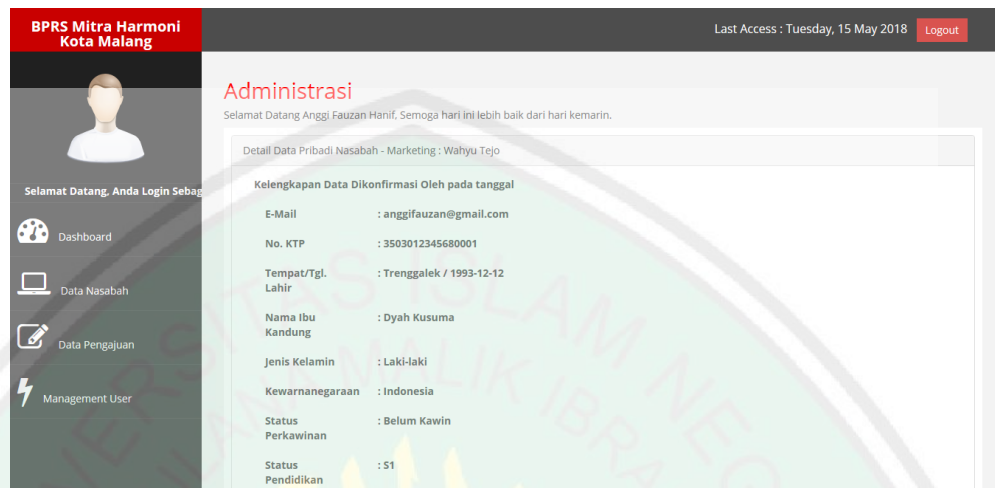
Gambar 4.7 Halaman Tambah Data Nasabah Oleh Marketing

5. Halaman Detail Data Nasabah

Pada halaman detail data nasabah, antarmuka untuk *level* admin dan marketing keseluruhan hampir sama, yaitu sama-sama menampilkan data nasabah secara rinci. Perbedaannya terdapat pada status kelengkapan data. Jika pada admin, hanya menampilkan status saja tanpa bisa mengubah status

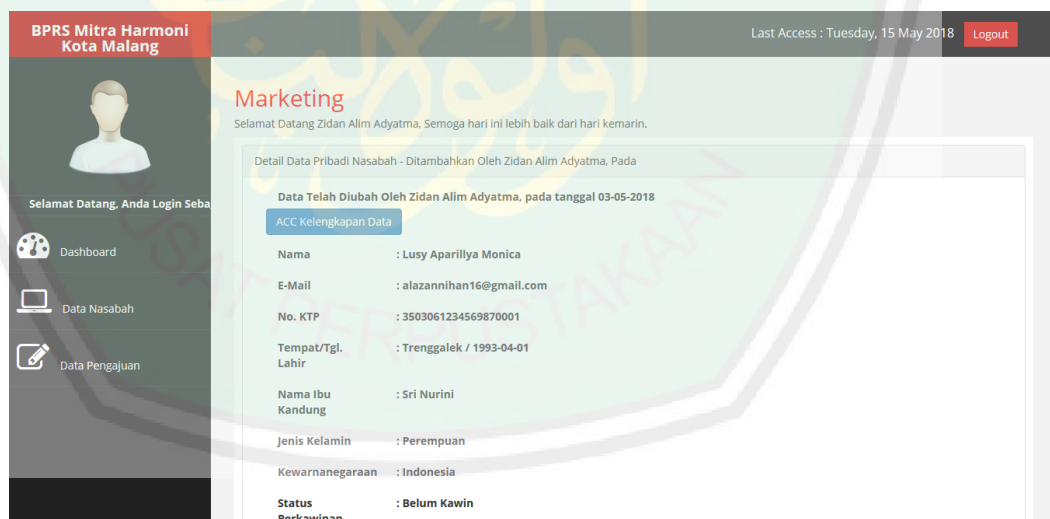
kelengkapan data nasabah tersebut apabila belum lengkap. Tetapi jika pada marketing, bisa mengubah status kelengkapan tersebut.

a. *Level Admin*



Gambar 4.8 Halaman Detail Data Nasabah Oleh Admin

b. *Level Marketing*



Gambar 4.9 Halaman Detail Data Nasabah Oleh Marketing

6. Halaman Edit Data Nasabah

Di halaman edit data nasabah, pada *level* admin dan marketing memiliki hak yang sama dan antarmuka yang sama pula.

a. *Level* Admin

BPRS Mitra Harmoni Kota Malang Last Access : Tuesday, 15 May 2018 Logout

Administrasi
Selamat Datang Anggi Fauzan Hanif, Semoga hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Ubah Data Pribadi Nasabah

Nama (sesuai KTP) Anggi Fauzan H	No. KTP 3503012345680001
Nama Ibu Kandung Dyah Kusuma	
Tempat Lahir Trenggalek	Tanggal Lahir 12 / 12 / 1993
Nomor Telepon 239842363	E-Mail anggifauzan@gmail.com
Jenis Kelamin ☒ Laki-laki ☐ Perempuan	Kewarganegaraan ☒ WNI ☐ WNA
Status Perkawinan	Status Pendidikan

Gambar 4.10 Halaman Edit Data Nasabah Oleh Admin

b. *Level* Marketing

BPRS Mitra Harmoni Kota Malang Last Access : Tuesday, 15 May 2018 Logout

Marketing
Selamat Datang Zidan Alim Adyatma, Semoga hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Ubah Data Pribadi Nasabah

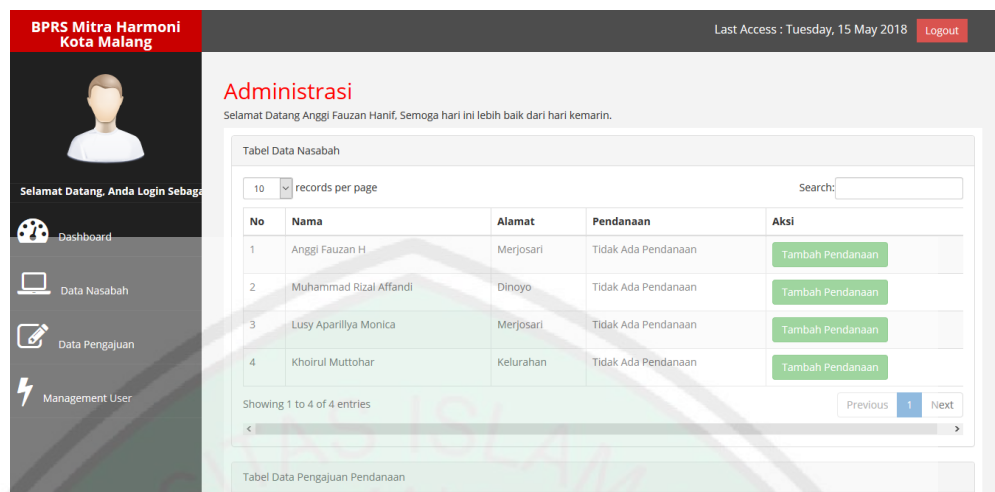
Nama (sesuai KTP) Anggi Fauzan H	No. KTP 3503012345680001
Nama Ibu Kandung Dyah Kusuma	
Tempat Lahir Trenggalek	Tanggal Lahir 12 / 12 / 1993
Nomor Telepon 239842363	E-Mail anggifauzan@gmail.com
Jenis Kelamin ☒ Laki-laki ☐ Perempuan	Kewarganegaraan ☒ WNI ☐ WNA
Status Perkawinan	Status Pendidikan

Gambar 4.11 Halaman Edit Data Nasabah Oleh Marketing

7. Halaman Pengajuan Pendanaan

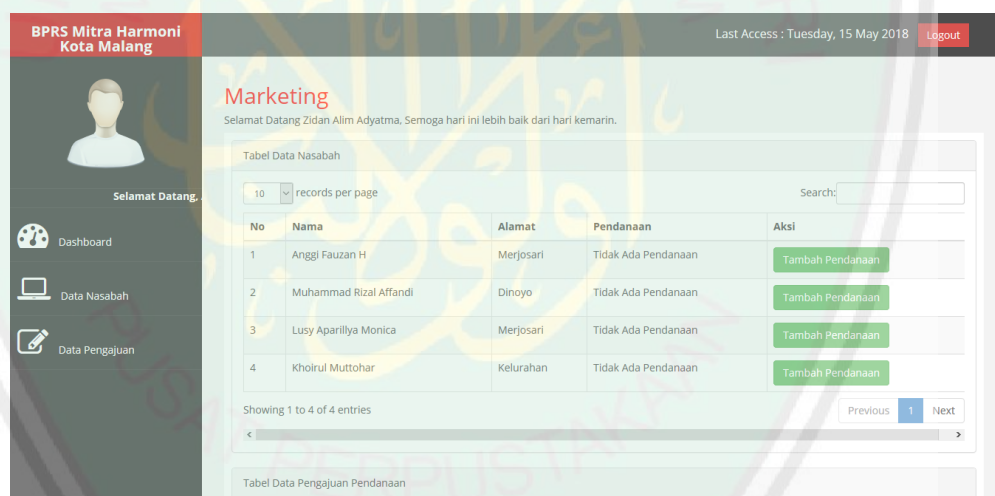
Pada menu data pengajuan, antarmuka yang ditampilkan tidak memiliki perbedaan antara *level* admin dan marketing.

a. Level Admin



Gambar 4.12 Halaman Pengajuan Pendanaan Oleh Admin

b. Level Marketing



Gambar 4.13 Halamana Pengajuan Pendanaan Oleh Marketing

8. Halaman Tambah Data Pengajuan Pendanaan

Pada halaman tambah data pengajuan pendanaan ini, antarmuka yang ditampilkan antara *level* admin dan marketing memiliki kesamaan, tetapi memiliki perbedaan pada proses input datanya. Apabila pada *level* admin, data

pengajuan yang tersimpan tidak terdapat data marketing sebagai penanggung jawab pengajuan pendanaan tersebut.

a. *Level Admin*

The screenshot shows the Admin interface of the BPRS Mitra Harmoni Kota Malang system. The header includes the logo and name of the institution, the user's last access date (Tuesday, 15 May 2018), and a Logout button. The left sidebar contains a user profile and a menu with options: Dashboard, Data Nasabah, Data Pengajuan, and Management User. The main content area is titled 'Administrasi' and displays a form for adding new loan data. The form includes fields for ID Nasabah (1), Nama (Anggi Fauzan H), and Alamat (Merjosari, Lowokwaru, 65144). It also has input fields for Jumlah Pembiayaan (Rp) and Jangka Waktu (Bulan). Below these are radio buttons for 'Pengembalian Dengan' (Angsuran or Lainnya) and 'Jenis Pembiayaan' (Murabahah, Mudharabah, Musyarakah, Ijarah, or Multijasa). A text field for 'Tujuan Pembiayaan Untuk' is also present. A 'Tambah' button is at the bottom of the form.

Gambar 4.14 Halaman Tambah Data Pengajuan Oleh Admin

b. *Level Marketing*

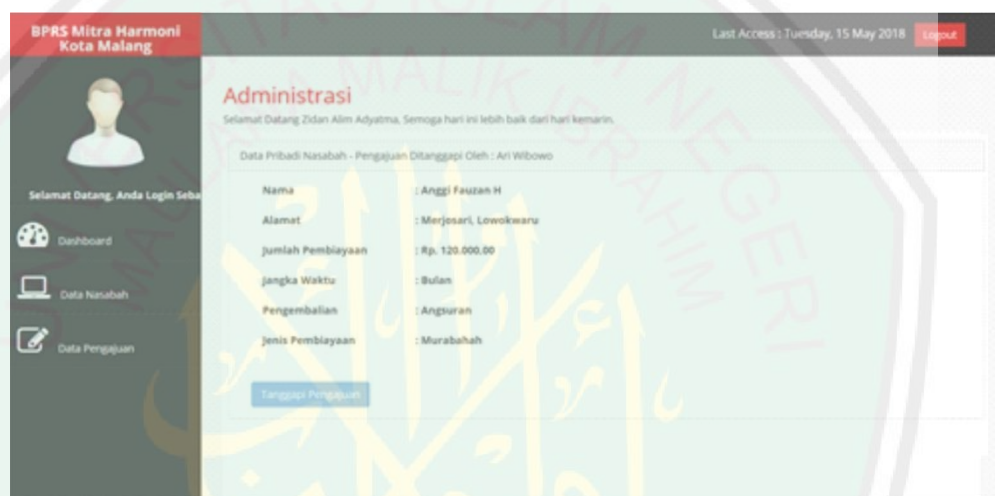
The screenshot shows the Marketing interface of the BPRS Mitra Harmoni Kota Malang system. The header is identical to the Admin interface. The left sidebar menu is the same, but the 'Management User' option is not visible. The main content area is titled 'Marketing' and displays the same 'Tambah Data Pengajuan Pembiayaan Nasabah' form as the Admin interface. The form fields and options are identical, including the 'Jenis Pembiayaan' radio buttons and the 'Tujuan Pembiayaan Untuk' text field. A 'Tambah' button is at the bottom of the form.

Gambar 4.15 Halaman Tambah Data Pengajuan Oleh Marketing

9. Halaman Detail Data Pengajuan Pendanaan

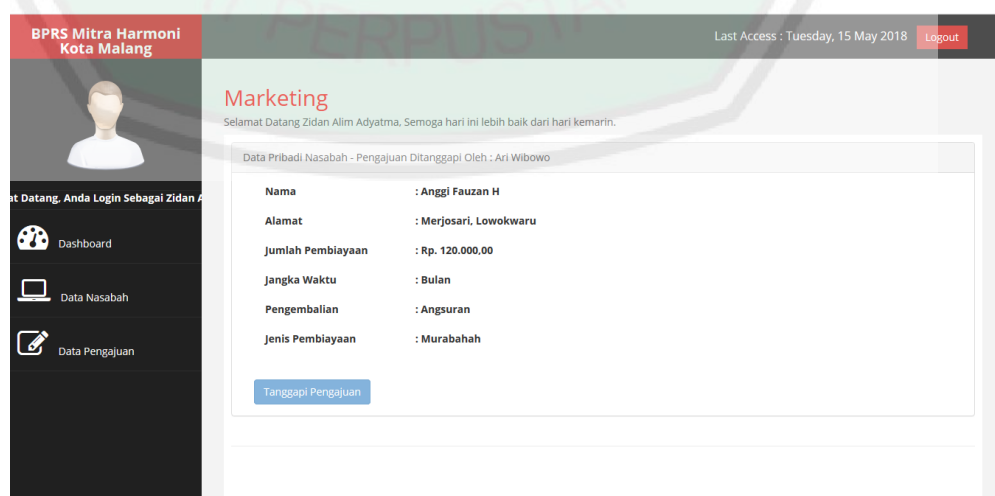
Antarmuka yang ditampilkan pada halaman detail data pengajuan pendanaan antara *level* admin dan marketing memiliki sedikit perbedaan. Hal ini dikarenakan hak akses untuk merespon data tersebut memiliki perbedaan. Apabila status data pengajuan tersebut belum memiliki nama marketing yang meng-*handle* pengajuan tersebut, marketing lain bisa menanggapi pengajuan pendanaan tersebut.

a. *Level Admin*



Gambar 4.16 Halaman Detail Data Pengajuan Oleh Admin

b. *Level Marketing*



Gambar 4.17 Halaman Detail Data Pengajuan Oleh Marketing

10. Halaman Hasil Penentuan Kelayakan Pembiayaan

Halaman hasil penentuan kelayakan pembiayaan ini terdapat pada semua level di dalam sistem. Halaman ini menampilkan informasi mengenai status kelayakan pemberian pembiayaan kepada nasabah, yang didapatkan sesuai data nasabah yang ingin melakukan pembiayaan.

a. *Level Admin*

BPRS Mitra Harmoni Kota Malang Last Access : Tuesday, 03 July 2018 [Logout](#)

Administrasi
Selamat Datang Anggi Fauzan Hanif, Semoga hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Perhitungan Pendanaan Dengan jangka Waktu 2 Bulan

Nama	: Khoirul Muttohar
Jumlah Pengajuan	: Rp. 2.000.000,00
Jumlah Tanggungan	: 0 Anak, 0 Istri
Pendapatan per Bulan	: Rp. 2.000.000,00

Uang Muka Pembayaran	: Rp. 400.000,00
Nilai Pembiayaan	: Rp. 1.600.000,00
Angsuran Tiap Bulan	: Rp. 806.000,00
Total Pembayaran	: Rp. 1.612.000,00
Minimal Pendapatan per Bulan	: Rp. 2.095.600,00

Pendapatan per Bulan Anda Kurang dari minimal pendapatan per bulan yang telah ditentukan. Silahkan melakukan Edit Data Pengajuan, atau Membatalkan Pengajuan Pendanaan.

Gambar 4.18 Halaman Tidak Kesesuaian Data Pembiayaan Oleh Admin

BPRS Mitra Harmoni Kota Malang Last Access : Tuesday, 03 July 2018 [Logout](#)

Administrasi
Selamat Datang Anda Login

Perhitungan Pendanaan Dengan jangka Waktu 24 Bulan

Nama	: Muhammad Rizal Affandi
Jumlah Pengajuan	: Rp. 17.000.000,00
Jumlah Tanggungan	: 2 Anak, 1 Istri
Pendapatan per Bulan	: Rp. 3.000.000,00

Uang Muka Pembayaran	: Rp. 3.400.000,00
Nilai Pembiayaan	: Rp. 13.600.000,00
Angsuran Tiap Bulan	: Rp. 638.666,67
Total Pembayaran	: Rp. 15.328.000,00
Minimal Pendapatan per Bulan	: Rp. 1.660.533,33

Pengajuan Pendanaan Anda Dapat Diproses! Silahkan [Klik Di Sini](#) untuk melanjutkan.

Gambar 4.19 Halaman Kesesuaian Data Pembiayaan Oleh Admin

b. *Level Marketing*

BPRS Mitra Harmoni Kota Malang Last Access : Tuesday, 03 July 2018 Logout

Marketing
Selamat Datang Zidan Alim Adyatma, Semoga hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Perhitungan Pendanaan Dengan jangka Waktu 2 Bulan

Nama	: Khoirul Mutohar
Jumlah Pengajuan	: Rp. 2.000.000,00
Jumlah Tanggungan	: 0 Anak, 0 Istri
Pendapatan per Bulan	: Rp. 2.000.000,00

Uang Muka Pembayaran	: Rp. 400.000,00
Nilai Pembiayaan	: Rp. 1.600.000,00
Angsuran Tiap Bulan	: Rp. 806.000,00
Total Pembayaran	: Rp. 1.612.000,00
Minimal Pendapatan per Bulan	: Rp. 2.095.600,00

Pendapatan per Bulan Anda Kurang dari minimal pendapatan per bulan yang telah ditentukan, Silahkan melakukan Edit Data Pengajuan, atau Membatalkan Pengajuan Pendanaan.

Gambar 4.20 Halaman Tidak Kesesuaian Data Pengajuan Oleh Marketing

BPRS Mitra Harmoni Kota Malang Last Access : Tuesday, 03 July 2018 Logout

Marketing
Selamat Datang Zidan Alim Adyatma, Semoga hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Perhitungan Pendanaan Dengan jangka Waktu 24 Bulan

Nama	: Muhammad Rizal Affandi
Jumlah Pengajuan	: Rp. 17.000.000,00
Jumlah Tanggungan	: 2 Anak, 1 Istri
Pendapatan per Bulan	: Rp. 3.000.000,00

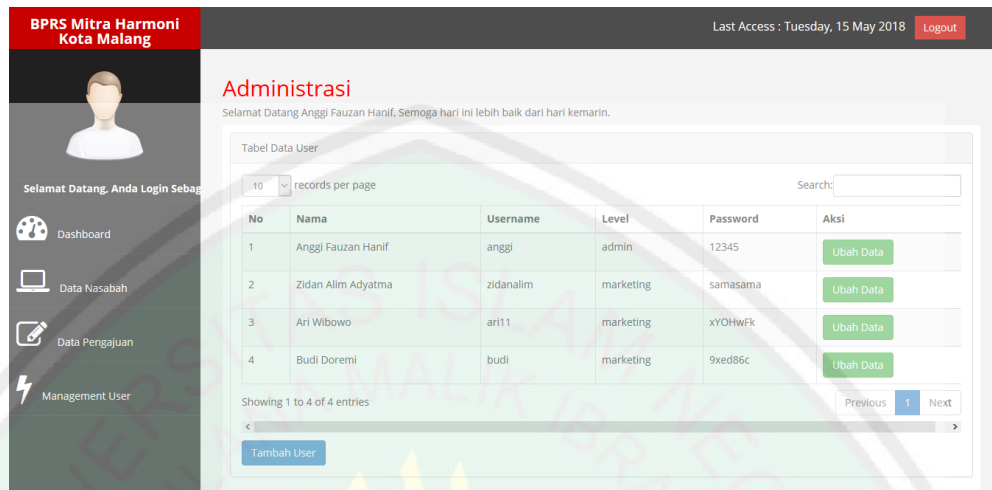
Uang Muka Pembayaran	: Rp. 3.400.000,00
Nilai Pembiayaan	: Rp. 13.600.000,00
Angsuran Tiap Bulan	: Rp. 638.666,67
Total Pembayaran	: Rp. 15.328.000,00
Minimal Pendapatan per Bulan	: Rp. 1.660.533,33

Pengajuan Pendanaan Anda Dapat Diproses! Silahkan Klik Di Sini untuk melanjutkan.

Gambar 4.21 Halaman Kesesuaian Data Pengajuan Oleh Marketing

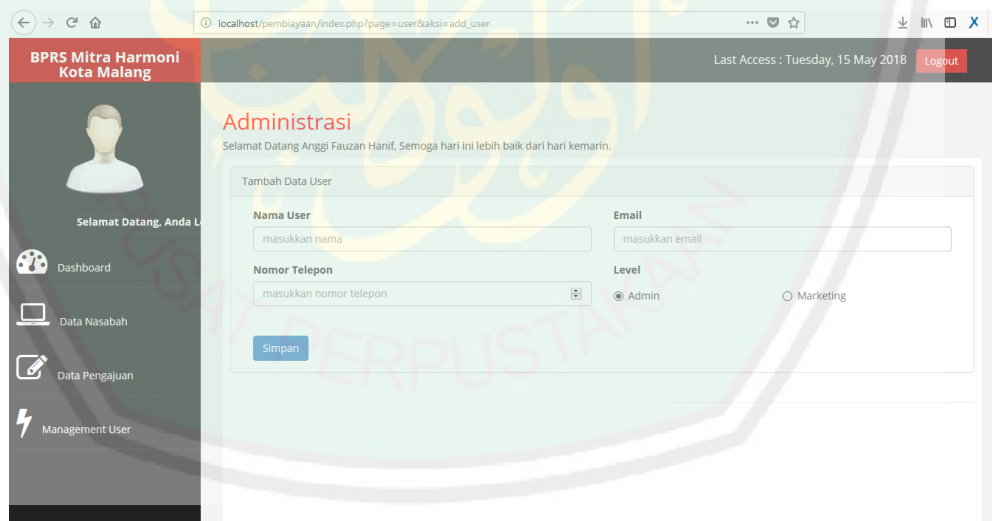
11. Halaman Manajemen User Oleh Admin

Halaman manajemen *user* ini hanya terdapat pada *level* admin. Admin memiliki hak akses untuk mengolah data *user*, yaitu bisa menambahkan data *user*, menghapus data *user* dan mengedit data *user* tersebut.



Gambar 4.22 Halaman Manajemen User Oleh Admin

12. Halaman Tambah User Oleh Admin



Gambar 4.23 Halaman Tambah User Oleh Admin

13. Halaman Ubah Data User Oleh Admin

BPRS Mitra Harmoni Kota Malang Last Access : Tuesday, 15 May 2018 [Logout](#)

Administrasi
Selamat Datang Anggi Fauzan Hanif, Semoga hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Ubah Data User

ID: 1

Nama
Anggi Fauzan Hanif

Nomor Telepon
083846081814

Email
anggifauzan@gmail.com

Level
☒ Admin ☐ Marketing

Username
anggi

Password

Dashboard
Data Nasabah
Data Pengajuan
Management User

Gambar 4.24 Halaman Edit Data User Oleh Admin

2.3.7 Antarmuka Halaman User Nasabah

1. Halaman Login

Aplikasi Permohonan Pengajuan Pembiayaan

BPRS Mitra Harmoni Malang

Masukkan Nomor Handphone Anda

Nomor Handphone

[Login](#)

Gambar 4.25 Halaman Login User Nasabah

2. Halaman Registrasi

Form Registrasi Nasabah

BPRS Mitra Harmoni Malang

Nama (Sesuai KTP)*

Nama

Email

Email

Nomor Telepon*

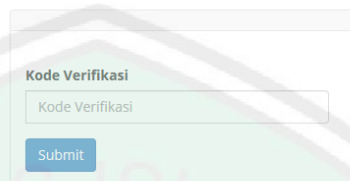
Nomor Telepon

[Submit](#)

Gambar 4.26 Halaman Registrasi Nasabah Baru

3. Halaman Verifikasi Nomor Telepon Nasabah

Selamat Datang
Silahkan Masukkan Kode Verifikasi



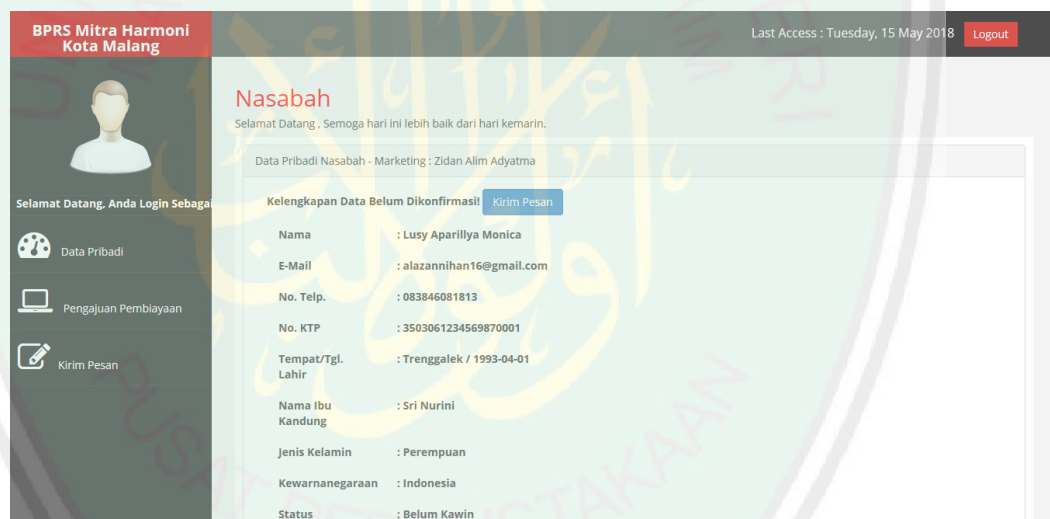
Kode Verifikasi

Kode Verifikasi

Submit

Gambar 4.27 Halaman Verifikasi Nasabah

4. Halaman Detail Data Pribadi



BPRS Mitra Harmoni Kota Malang Last Access : Tuesday, 15 May 2018 Logout

Nasabah
Selamat Datang, Semoga hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Data Pribadi Nasabah - Marketing : Zidan Alim Adyatma

Kelengkapan Data Belum Dikonfirmasi! Kirim Pesan

Nama	: Lusy Aparilya Monica
E-Mail	: alazannihan16@gmail.com
No. Telp.	: 083846081813
No. KTP	: 3503061234569870001
Tempat/Tgl. Lahir	: Trenggalek / 1993-04-01
Nama Ibu Kandung	: Sri Nurini
Jenis Kelamin	: Perempuan
Kewarganegaraan	: Indonesia
Status	: Belum Kawin

Sidebar: Selamat Datang, Anda Login Sebagai
Data Pribadi
Pengajuan Pembiayaan
Kirim Pesan

Gambar 4.28 Halaman Detail Data Pribadi Nasabah

5. Halaman Edit Data Pribadi

BPRS Mitra Harmoni Kota Malang Last Access : Tuesday, 15 May 2018 Logout

Nasabah
Selamat Datang , Semoga hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Data Pribadi Nasabah

Nama (sesuai KTP) : Lusy Aparillya Monica No. KTP : 3503061234569870000

Nama Ibu Kandung : Sri Nurini

Tempat Lahir : Trenggalek Tanggal Lahir : 01 / 04 / 1993

Nomor Telepon : 83846081813 E-Mail : alazannihan16@gmail.com

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☒ Perempuan Kewarganegaraan : ☒ WNI ☐ WNA

Status Perkawinan : Status Pendidikan :

Gambar 4.29 Halaman Edit Data Pribadi Nasabah

6. Halaman Pengajuan Pendanaan

BPRS Mitra Harmoni Kota Malang Last Access : Tuesday, 15 May 2018 Logout

Nasabah
Selamat Datang , Semoga hari ini lebih baik dari hari kemarin.

Tabel Histori Pengajuan Pembiayaan

10 records per page Search:

No	Nama	Jumlah Pembiayaan	Status	Aksi
No data available in table				

Showing 0 to 0 of 0 entries

Previous Next

Gambar 4.30 Halaman Pengajuan Pendanaan Nasabah

7. Halaman Tambah Data Pengajuan Pendanaan

8. Halaman Edit Data Pengajuan Pendanaan

4.3 Pengujian Sistem

Pada tahapan pengujian sistem ini, pengujian sistem dilakukan untuk memeriksa kesesuaian perangkat lunak yang telah dibuat dengan standar tertentu

yang terdapat pada BPRS Mitra Harmoni Malang. Pengujian ini merupakan hal yang penting dilakukan untuk menemukan kesalahan atau kekurangan yang terdapat pada perangkat lunak.

Pengujian sistem perangkat lunak yang dilakukan peneliti untuk pengujian aplikasi *e-CRM* ini dilakukan sebanyak dua kali pengujian, yaitu pengujian mandiri dan pengujian dengan narasumber.

Pengujian mandiri dilakukan berdasarkan aturan metode pengujian *Black Box*. Metode pengujian *Black Box* merupakan pengujian yang berfokus pada persyaratan fungsional perangkat lunak yang bertujuan untuk mengukur tingkat keakuratan sebuah sistem yang sesuai dengan standar tertentu.

Sedangkan pengujian bersama dengan narasumber yaitu pengujian yang menjelaskan setiap proses pada sistem serta melakukan pengujian dengan beberapa permasalahan/ kasus berdasarkan oleh narasumber.

4.3.1 Pengujian Oleh Peneliti (Pengujian Mandiri)

Pengujian mandiri oleh peneliti dilakukan sesuai dengan alur metode pengujian *Black Box*, di mana peneliti telah mempersiapkan data berupa formulir pengujian terhadap sistem yang berisi pembahasan terhadap hasil pengujian alur proses sistem *e-CRM* yang terdapat pada bagian akhir laporan ini (Lampiran).

4.3.2 Pengujian Berdasarkan Narasumber

Pengujian aplikasi dilakukan di BPRS Mitra Harmoni Malang sebagai studi kasus penelitian ini, dengan narasumber Kabid Marketing BPRS Mitra Harmoni Malang. Dalam melakukan pengujian ini, peneliti menggunakan metode *Black Box*.

Black Box testing merupakan pengujian yang dilakukan berdasarkan hasil proses sistem melalui data uji dan memeriksa fungsional dari perangkat lunak tersebut. Sehingga pengujian menggunakan metode ini hanya mengevaluasi dari tampilan *interface*, tanpa mengetahui secara detail yang terjadi dalam suatu proses yang berjalan di dalam sistem (*source code*).

Ujicoba blackbox berusaha untuk menemukan kesalahan dalam beberapa kategori, diantaranya [57]:

1. Fungsi yang tidak benar atau tidak ada
2. Kesalahan antarmuka (interface errors)
3. Kesalahan pada struktur data dan akses basis data
4. Kesalahan performansi (performance errors)

Kesalahan inisialisasi dan terminasi

Pengujian dilakukan dengan memperhatikan alur aplikasi yang telah peneliti rancang berdasarkan literatur yang didapat yang berfungsi untuk mengamati kesesuaian alur dalam sistem dengan alur pengajuan pembiayaan yang terdapat pada BPRS Mitra Harmoni Malang.

Setelah melakukan demo aplikasi dengan pihak narasumber, ternyata terdapat beberapa alur yang masih belum sesuai antara aplikasi dengan apa yang ada pada instansi tersebut. Pengujian ini mendapatkan beberapa kritik dan saran untuk perbaikan aplikasi *e-CRM* ini, yaitu:

1. Aplikasi permohonan pembiayaan diharapkan bisa terintegrasi dengan website yang telah ada
2. Seharusnya dibuatkan akun untuk kabid marketing dan direksi

3. Pada saat pengajuan pembiayaan yang dilakukan oleh nasabah, alangkah baiknya jika dibuatkan konfirmasi pengajuan pembiayaan dengan mengirim kode verifikasi berupa SMS kepada nomor *hand phone* nasabah.
4. Pada menentukan keputusan persetujuan pembiayaan, dilakukan juga proses perhitungan untuk nilai agunannya.

Dari kritik dan saran yang peneliti dapatkan, maka peneliti memutuskan untuk melakukan beberapa pembenahan terhadap sistem, yaitu:

1. Menambahkan *level* untuk kabid marketing dan direksi pada sistem yang nantinya digunakan untuk *login* akun kabid marketing dan direksi.
2. Menambahkan fungsi untuk mengirim kode verifikasi pada saat nasabah ingin melakukan permohonan pembiayaan.

Untuk saran pada nomor satu belum dapat peneliti perbaiki, dikarenakan masih belum ada keputusan untuk penerapan aplikasi ini akan diintegrasikan dengan website utama instansi, dan juga untuk saran poin nomor lima belum bisa peneliti perbaiki dikarenakan data agunan untuk setiap objek berbeda-beda, dan peneliti tidak bisa mendapatkan data nilai agunan dari masing-masing benda yang sesuai dengan perhitungan standar instansi.

BAB 5

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan perancangan, menguji, dan melakukan analisa pada sistem *e-CRM* berbasis website untuk pengembangan proses pengajuan permohonan pembiayaan pada BPRS Mitra Harmoni Malang, diperoleh kesimpulan bahwa aplikasi ini dapat diimplementasikan dalam instansi untuk mempermudah nasabah maupun calon nasabah melakukan pengajuan permohonan pembiayaan, di mana sistem ini dapat diakses secara online sehingga mengurangi pengeluaran tambahan untuk biaya transportasi nasabah maupun calon nasabah untuk mengajukan permohonan pembiayaan dengan datang langsung ke BPR.

Selain itu, pemanfaatan teknologi internet juga menjadikan penerimaan data nasabah maupun calon nasabah oleh BPR menjadi lebih cepat. Sehingga BPR dapat melakukan analisa data nasabah menjadi lebih cepat, untuk mendapatkan keputusan status persetujuan pemberian pembiayaan oleh BPR kepada nasabah.

5.2 Saran

Untuk pengembangan sistem *e-CRM* ini, peneliti menyarankan pembenahan pada beberapa bagian sistem, diantaranya:

1. Dalam pembuatan sistem *e-CRM* ini, masih memerlukan pembenahan dari segi UI/UX sehingga tampilan yang penulis rancang menjadi kurang *user friendly* dan memerlukan pengembangan dan perbaikan lainnya.

2. Untuk perhitungan nilai agunan, dalam pengembangan nanti bisa dimasukkan standar perhitungan nilai agunan yang digunakan oleh BPR, sehingga penentuan keputusan pemberian pembiayaan nasabah menjadi lebih cepat.
3. Pengembangan ke depan, bisa ditambahkan notifikasi pada setiap user yang mengakses sistem sehingga dapat mempermudah setiap user untuk mengelola data yang menjadi bagian dari masing-masing level.



DAFTAR PUSTAKA

- E. C. Istia, “Perkembangan Perbankan di Indonesia,” *Perbankan*, p. 1, 2015.
- “Otoritas Jasa Keuangan,” 27 Maret 2017. [Online]. Available: <http://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Sejarah-Perbankan-Syariah.aspx>.
- Febrinol dan R. D. Cahyo, “Peran Bank Syariah dalam Mengembangkan Usaha Kecil Menengah,” 24 Juni 2015. [Online]. Available: http://www.kompasiana.com/sangsurya/peran-bank-syariah-dalam-mengembangkan-usaha-kecil-menengah_5517d225a333114907b6616c.
- Kajian Ekonomi Islam, “Hambatan dan Solusi UMKM di Indonesia,” 23 Maret 2015. [Online]. Available: <http://kei.ukm.feb.uns.ac.id/hambatan-dan-solusi-umkm-di-indonesia/>.
- R. Nisaputra, “BI: Porsi Penyaluran Kredit UMKM Baru 19,7%,” 15 September 2016. [Online]. Available: <http://infobanknews.com/bi-porsi-penyaluran-kredit-umkm-baru-197/>.
- A. M. Saleh, “Customer Relationship Management (CRM),” 26 Mei 2014. [Online]. Available: <http://muwafikcenter.lecture.ub.ac.id/2014/05/customer-relationship-management-crm/>.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2002.
- M. S. Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- “UNDANG-UNDANG NOMOR 10 TAHUN 1998,” [Online]. Available: <http://peraturan.go.id/uu/nomor-10-tahun-1998.html>. [Diakses 2 Agustus 2017].
- “Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah,” 2 Desember 2013. [Online]. Available: <http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/undang-undang/Pages/undang-undang-nomor-21-tahun-2008-tentang-perbankan-syariah.aspx>. [Diakses 2 Agustus 2017].

- D. Hamidin, "MODEL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI INSTITUSI PENDIDIKAN," *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2008 (SNATI 2008)*, pp. A-31, 2008.
- Y. Yahya, "Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Ilmu Komputer*, p. 82, 2008.
- P. Sivaraks, D. Krairit dan J. C. S. Tang, "Effects of e-CRM on customer–bank relationship quality and outcomes: The case of Thailand," *Journal of High Technology Management Research*, p. 6, 2011.
- K. L. C. d. C. G. Traver, *E-Commerce Business Technology Society International Edition*, USA: Addison Wesley, 2002.
- S. D. Burd, W. Satzinger dan R. B. Jackson, *System Analysis & Design In A Changing Word*, Thompson, Canada, 2007.
- L. M. Danawa, "Sekilas Tentang CRM Dan Manfaatnya," 28 April 2015. [Online]. Available: <http://cloudindonesia.com/sekilas-tentang-crm-dan-manfaatnya/>.
- A. Widayati, *PERILAKU NASABAH BERDASARKAN KINERJA CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*, Semarang, 2008.
- A. H. Danardatu, "Pengenalan Customer Relationship Manajement (CRM)," *Pengenalan Customer Relationship Manajement (CRM)*, p. 4, 2003.
- A. A. S., B. S. D. Oetomo dan J. P. Simandjuntak, *i-CRM Membina Relasi dengan Pelanggan.com*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2003.
- H. Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonesia, 2008, p. 43.
- K. A, P. dan H. Tanjung, *Bank Syariah : Teori, Praktik dan Peranannya*, Jakarta: Celestial Publishing, 2007.
- D. Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan Kebijakan Moneter Dan Perbankan*, Jakarta: Lembaga Penertbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2005.
- W. Purnamasari, "Perbedaan Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat," 2016.

- “Perbankan,” [Online]. Available: http://www.bi.go.id/id/peraturan/perbankan/Pages/pbi_111009.aspx. [Diakses 2 Agustus 2017].
- “Produk-produk Bank Syariah,” 20 Agustus 2011. [Online]. Available: <https://www.mozaikislam.com/194/produk-produk-bank-syariah.htm>.
- Sabirin, “Penerapan Psak 107 Atas Pembiayaan Ijarah pada Bank Syariah di Indonesia,” 24 November 2016. [Online]. Available: http://www.kompasiana.com/sabirinsaiga/penerapan-psak-107-atas-pembiayaan-ijarah-pada-bank-syariah-di-indonesia_5767768c559773640799eaf4.
- M. S. Antonio, dalam *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*, Jakarta, Tazkia Institute dan BI, 1999, p. 129.
- M. Teknik Perhitungan Bagihasil di Bank Syariah, Yogyakarta: UII Press, 2001.
- A. Kusnanto, “PRINTSIP-PRINSIP SYARIAH,” 27 Desember 2011. [Online]. Available: <http://blog.stie-mce.ac.id/amirkusnanto/2011/12/27/prinsip-prinsip-syariah/>.
- D. Djuwini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- M. S. Antonio, dalam *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta, Gema Insani, 2001, p. 101.
- d. Shalahuddin Lc, *Produk-produk Jasa Bank Islam Teori dan Praktek*, Jakarta: Pusat Kajian Ekonomi Islam, 2004.
- W. PRODUK PERBANKAN SYARIAH, Jakarta Barat: Penerbit LPFE Usakti, 2009.
- “UNDANG-UNDANG NOMOR 10 TAHUN 1998,” 2014. [Online]. Available: <http://peraturan.go.id/uu/nomor-10-tahun-1998.html>. [Diakses 2 Agustus 2017].
- “Undang-Undang BI,” [Online]. Available: <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Contents/Default.aspx>. [Diakses 2 Agustus 2017].
- “Peraturan Bank Indonesia No. 7/35/PBI/2005 Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/24/PBI/2004 Tentang Bank Umum Yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah,” 2013. [Online]. Available:

<http://www.bi.go.id/id/peraturan/perbankan/Pages/pbi%2073505.aspx>.
[Diakses 2 Agustus 2017].

“Fatwa Dewan Syariah Nasional No.01/DSN-MUI/IV/2000 Tentang GIRO,”
Manajemen Perbankan Syariah, 17 September 2017. [Online]. Available:
<http://mps.fai-umj.ac.id/blog/2016/09/17/fatwa-dewan-syariah-nasional-no01dsn-muiiv2000-tentang-g-i-r-o/>. [Diakses 2 Agustus 2017].

“PERATURAN MAHKAMAH AGUNG,” 5 Februari 2016. [Online].
Available: <http://pta-jambi.go.id/peraturan/peraturan-mahkamah-agung/759-perma-no-2-tahun-2008-tentang-kompilasi-hukum-ekonomi-syari-ah>. [Diakses 2 Agustus 2017].

M. Rouse, “business process management (BPM),” Januari 2011. [Online].
Available: <http://searchcio.techtarget.com/definition/business-process-management>. [Diakses Minggu Desember 2016].

S. DynamicFlow™, “Manajemen Proses Bisnis: Mendorong Efisiensi dan
Menumbuhkan Nilai Kompetitif,” 21 January 2017. [Online]. Available:
<http://pertamina-pdsi.com/ArtikelPost.aspx?id=365666e9-8b14-4294-992f-7f3fa3938c35>.

T. I. Sherish, “5 Manfaat Business Process Management,” 17 Juni 2015.
[Online]. Available: http://www.kompasiana.com/erpindonesia/5-manfaat-business-process-management_54f9170fa333115f378b4bca.

D. Rosmala dan F. , “Pemodelan Proses Bisnis B2B dengan BPMN,” p. 63, 2007.

K. M. Hanum, “STRATEGI CRM PT. BANK MANDIRI PERSERO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH PRIORITAS,”
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA,
JAKARTA, 2008.

Y. Y. W, “PENERAPAN CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT) PADA APLIKASI PERUSAHAAN DAGANG,”
2003.

K. Toni, “PENERAPAN CRM DENGAN SISTEM INFORMASI BERBASIS
WEB UNTUK KEPUASAN PELANGGAN,” *Jurnal Computech &
Bisnis*, vol. 5, 2011.

O. Dyantina, M. Afrina dan A. Ibrahim, “Penerapan Customer Relationship
Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi
Pemasaran di Toko YEN-YEN),” *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 4, 2012.

- S. Sabang, A. R. Kadir dan R. M. Thaha, "PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UNTUK MEMBANGUN LOYALITAS PASIEN DI RSUD INCE ABDOEL MOEIS SAMARINDA," 2014.
- A. O. Carissa, A. Fauzi dan S. Kumadji, "PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Bandung Sport Distro Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 15, 2014.
- A. J. Kundre, I. Wisnubadhra dan T. Suselo, "PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DENGAN DUKUNGAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA PO. CHELSY," dalam *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia STMIK AMIKOM Yogyakarta*, Yogyakarta, 2013.
- B. "TAHAPAN-TAHAPAN DALAM SDLC(SISTEM DEVELOPMENT LIFE CYCLE)," 14 July 2016. [Online]. Available: <http://scdc.binus.ac.id/himsisfo/2016/07/tahapan-tahapan-dalam-sdlcsistem-development-life-cycle/>.
- ipqi.org, "Bisnis Proses (Business Process Management)," 10 Agustus 2016. [Online]. Available: <https://ipqi.org/mengenal-manajemen-bisnis-proses/>.
- A. Payne dan L. Ryals, "Customer relationship management in financial services: Towards information enabled relationship marketing," *Journal of Strategic Marketing*, pp. 3-27, 2001.
- "Peraturan Bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007 Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana Dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah," [Online]. [Diakses 2 Agustus 2017].

2. Form pengujian aplikasi *e-CRM*

Nama Penguji : Nanag Hendrawan, S.E

Hari, Tanggal : Senin, 28 Mei 2018

Tempat : BPRS Mitra Harmoni Malang

No	Studi Kasus	Hasil yang diharapkan	Hasil yang didapatkan	Keterangan
1.	Pengujian pada sistem login	User dapat masuk sistem sesuai dengan hak akses masing-masing	User telah masuk sistem dengan menginputkan data user dan password	Berhasil
Admin				
1.	Pengujian pada sistem login admin kurikulum	Admin dapat masuk sistem tanpa kendala	Admin masuk dengan menginputkan username dan password	Berhasil

2.	Pengujian fungsi tampilan pada menu nasabah	Menampilkan data nasabah keseluruhan	Data nasabah telah tampil dalam bentuk tabel	Berhasil
3.	Pengujian pada filter pencarian data nasabah	Menampilkan data nasabah sesuai dengan filter yang diinputkan	Dapat mencari data nasabah dengan menginputkan kata kunci pada <i>textfield</i> filter yang disediakan	Berhasil
4.	Pengujian pada penginputan dan perubahan data nasabah	Dapat melakukan input data dan mengubah atau mengganti data nasabah sesuai dengan keinginan	Data nasabah berhasil ditambah dan diubah	Berhasil
5.	Pengujian fungsi tampilan pada menu pengajuan pembiayaan	Menampilkan data pembiayaan keseluruhan	Data pembiayaan telah tampil dalam bentuk tabel	Berhasil
6.	Pengujian pada pencarian pencarian data pengajuan pembiayaan	Menampilkan data pengajuan pembiayaan sesuai dengan pencarian yang diinputkan	Dapat mencari data pengajuan pembiayaan dengan menginputkan kata kunci pada pencarian yang disediakan	Berhasil

7.	Pengujian pada penginputan data pengajuan pembiayaan	Dapat memasukkan data pengajuan pembiayaan	Data dapat dimasukkan dengan form yang telah disediakan	Berhasil
8.	Pengujian fungsi tampilan pada menu manajemen user	Menampilkan data user keseluruhan	Data user telah tampil dalam bentuk tabel	Berhasil
9.	Pengujian pada filter pencarian data user	Menampilkan data user sesuai dengan filter yang diinputkan	Dapat mencari data user dengan menginputkan kata kunci pada <i>textfield filter</i> yang disediakan	Berhasil
10.	Pengujian pada penginputan dan perubahan data user	Dapat melakukan input data dan mengubah atau mengganti data user	Data user berhasil ditambah dan diubah	Berhasil
12.	Pengujian fungsi <i>button</i> keluar	Dapat keluar dari sistem	Berhasil keluar dari sistem dengan menekan tombol keluar	Berhasil
Marketing				

1.	Pengujian pada tampilan <i>timeline</i>	Menampilkan <i>timeline</i> dari aktifitas setiap user terhadap sistem	Data belum menampilkan setiap aktifitas user terhadap sistem	Belum Berhasil
2.	Pengujian tambah dan edit data nasabah	Dapat menambah dan mengubah data nasabah	Data nasabah dapat ditambah dan diubah	Berhasil
3.	Pengujian fungsi pencariia pada data nasabah	Dapat melakukan pencarian data nasabah	Dapat mencari data nasabah dengan menginputkan teks di <i>textfield</i> yang disediakan	Berhasil
4.	Pengujian fungsi tampilan data pengajuan pembiayaan setiap nasabah	Menampilkan data pengajuan pembiayaan setiap nasabah	Data telah menampilkan pengajuan pembiayaan setiap nasabah	Berhasil
7.	Pengujian fungsi tambah dan edit data pgnajuan pembiayaan	Dapat menambah dan mengubah data pengajuan pembiayaan	Data pengajuan pembiayaan dapat ditambah dan diedit	Berhasil
5.	Pengujian fungsi pengaturan data akun user marketing	Dapat mengubah/meng- <i>update</i> data akun user marketing	Data akun user masrketing dapat diubah	Berhasil

12.	Pengujian fungsi <i>button</i> keluar	Dapat keluar dari sistem	Berhasil keluar dari sistem dengan menekan tombol keluar	Berhasil
Nasabah				
1.	Pengujian pada tampilan <i>timeline</i>	Menampilkan <i>timeline</i> dari kegiatan setiap nasabah	Belum muncul kegiatan setiap nasabah	Belum Berhasil
2.	Pengujian fungsi tampilan pada data pribadi nasabah	Menampilkan data pribadi nasabah	Data pribadi nasabah berhasil ditampilkan	Berhasil
4.	Pengujian fungsi tampilan pada data pengajuan pendanaan	Menampilkan data pengajuan pendanaan	Data pengajuan pendanaan berhasil ditampilkan	Berhasil
5.	Pengujian fungsi tambah dan edit data pengajuan	Dapat menambah dan mengubah data pengajuan pembiayaan	Data pengajuan pembiayaan berhasil ditambah dan diedit	Berhasil
12.	Pengujian fungsi <i>button</i> keluar	Dapat keluar dari sistem	Berhasil keluar dari sistem dengan menekan tombol keluar	Berhasil