

SKRIPSI
IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP*
***MANAGEMENT* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH**
PESERTA DIDIK DI
MTs AL-AMIRIYYAH BLOKAGUNG
2021/2022



Oleh :

IRFAN DISTYA IRIANDA

NIM : 18111110062

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2022

SKRIPSI
IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP*
***MANAGEMENT* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH**
PESERTA DIDIK DI
MTs AL-AMIRIYYAH BLOKAGUNG
2021/2022



Oleh :

IRFAN DISTYA IRIANDA

NIM : 18111110062

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2022

SKRIPSI
IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP*
***MANAGEMENT* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH**
PESERTA DIDIK DI
MTs AL-AMIRIYYAH BLOKAGUNG
2021/2022

Diajukan kepada Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari
Banyuwangi Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan (S. Pd.)

Oleh :
IRFAN DISTYA IRIANDA
NIM : 18111110062

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul :

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PESERTA DIDIK DI MTs AL-AMIRIYYAH BLOKAGUNG
2021/2022**

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang uji skripsi

Pada tanggal : 10 februari 2022

Mengetahui,



Ketua Prodi

NURKAFIDZ NIZAM FAHMI, S.Pd., M.H.
NIPY. 3151905109301

Pembimbing

MOH. NUR FAUZI, S.HI., M.H
NIPY. 3151719077801

PENGESAHAN

Skripsi Saudara Irfan Distya Irianda telah di munaqosah kan kepada dewan penguji skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada tanggal: 01 April 2022

Dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

TIM PENGUJI

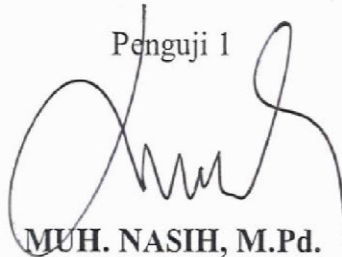
Ketua



Drs. JOKO PURNOMO, M.M

NIY. 3150405016101

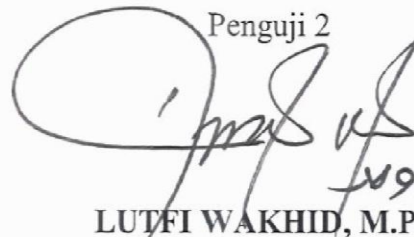
Penguji 1



MUH. NASIH, M.Pd.

NIY. 3152115108501

Penguji 2



LUTFI WAKHID, M.Pd.

NIY. 3151522109101

Dekan



Dr. SITI AIMA, S.Pd., M.Si.

NIY. 3150801058001

MOTTO

Barangsiapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barangsiapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya.

Q.S Ath-Thalaq Ayat 2-3

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Ilahi Robbi yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayahnya kepada kita semua. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. **Orang Tua** yang sangat penulis cintai dan muliakan, **Ibu Supariati** yang tiada hentinya mencurahkan doa, nasihat, dukungan, pengorbanan, dan kasih sayangnya dalam mendidik serta merawat penulis. Semoga Allah senantiasa melindungi dan menyayangnya sebagaimana ia menyayangi anak-anaknya.
2. Kepada yang terhormat seluruh **Dewan Pengasuh** pondok pesantren **“Darussalam Blokagung”** yang selalu penulis harapkan ridho dan barokah ilmunya.
3. Kepada **Teman Seperjuangan** yang selalu memberikan dukungannya, terima kasih juga kepada **Keluarga** yang selalu memberi semangat dan doa terbaiknya.
4. Kepada **Yana Seftiyana** yang selalu menyupport dan tidak ada hentinya menasihati. Semoga Allah senantiasa melindungi dan melancarkan segala urusannya.
5. Kepada yang terhormat **Pembimbing Skripsi** saya **Bapak MOH. NUR FAUZI, S.HI., M.H** terimakasih banyak karena melalui doa, dan kesabaran beliau dalam membimbing, dan meluangkan banyak waktu demi membantu terselesainya skripsi ini.
6. Kepada yang terhormat **Seluruh Dosen IAIDA** yang selalu memberikan pengajaran terbaik kepada mahasiswanya.
7. Untuk semua sahabat bimbingan seperjuangan saya terimakasih untuk kebersamaannya dan persahabatan dalam perjuangan ini tak akan terlupakan.
8. Untuk semua teman-teman **MPI Angkatan 20018** seperjuangan.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Irfan Distya Irianda
NIM : 18111110062
NIMKO/NIRM :
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Alamat Lengkap : Masamba, Luwu Utara, Sulawesi Selatan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa

- a. Skripsi ini tidak pernah diserahkan kepada lembaga perguruan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- b. Skripsi ini benar-benar hasil karya pribadi dan bukan merupakan hasil kecurangan atas karya orang lain
- c. Apabila kemudian hari ditemukan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari tindak kecurangan, maka saya siap menanggung segala konsekuensi hukum yang di bebankan.



Banyuwangi, 01 April 2022



Irfan Distya Irianda

18111110062

ABSTRAK

Irianda, Irfan Distya. 2022. “Implementasi Customer Relationship Management Dalam meningkatkan Jumlah peserta didik di Mts Al-Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi”. Skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Darussalam Blokagung, pembimbing : Moh. Nur Fauzi, S.HI., MH

Kata kunci: Implementasi, CRM, Pesera Didik

Dunia bisnis sangat rekat dengan persaingan, maka menjaga hubungan dengan pelanggan merupakan salah satu strategi bisnis paling efektif yang dilakukan oleh perusahaan. Hubungan pelanggan dalam ekonomi manajemen disebut *Customer Relationship Management (CRM)*. MTs Al-Amiriyyah dalam tiga tahun terakhir mengalami fluktuasi jumlah peserta. Fluktuasi jumlah peserta dikarenakan persaingan di setiap sekolah yang saling memperebutkan perhatian dan kepercayaan wali murid untuk menyekolahkan anaknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsep dan implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, karena peneliti ingin mendeskripsikan keadaan yang akan diamati di lapangan dengan lebih spesifik, transparan dan mendalam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung sudah diterapkan dengan melakukan analisis atau melakukan survey dengan mengklasifikasi calon pengguna jasanya. Hubungan lembaga dengan pengguna jasa terbilang cukup intens melalui media komunikasi melalui grup WhatsApp. Adanya grup WhatsApp memungkinkan lembaga pendidikan (sekolah) untuk menggali informasi terkait apa yang diharapkan dan dirasakan oleh pelanggan. Hal tersebut dilakukan oleh sekolah agar pengguna jasa (murid, wali murid) merasa nyaman dan menjadi loyal terhadap sekolah.

ABSTRACT

Irianda, Irfan Distya. 2022. "Implementation of Customer Relationship Management in increasing the number of students at Mts Al-Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi". Thesis of Islamic Education Management Study Program Darussalam Islamic Institute Blokagung, supervisor : Moh. Nur Fauzi, S.HI., MH

Keywords: *Implementation, CRM, Learners*

The business world is very close to competition, so maintaining relationships with customers is one of the most effective business strategies carried out by companies. Customer relationship in management economics is called Customer Relationship Management (CRM). MTs Al-Amiriyyah in the last three years experienced fluctuations in the number of participants. The fluctuation in the number of participants was due to competition in each school fighting for the attention and trust of parents to send their children to school.

This study aims to determine how the concept and implementation of Customer Relationship Management (CRM) in increasing the number of students at MTs Al-Amiriyyah Blokagung. This study uses a qualitative approach with a descriptive method, because the researcher wants to describe the situation that will be observed in the field more specifically, transparently and in depth.

The results of this study indicate that the CRM concept at MTs Al-Amiriyyah Blokagung has been applied by conducting analysis or conducting surveys by classifying prospective service users. Institutional relationships with service users are quite intense through communication media through WhatsApp groups. The existence of WhatsApp groups allows educational institutions (schools) to explore information regarding what customers expect and feel. This is done by the school so that service users (students, parents) feel comfortable and become loyal to the school.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji pada Allah SWT., Skripsi ini hanya bisa selesai semata karena rahmat, ridho dan kasih-Nya.

Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang menjadi teladan bagi umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu , pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus dan ikhlas kepada:


1. Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung KH. Ahmad Hisyam Syafa'at, S.Sos.I., M.H
2. Dr. H. Abdul Kholiq Syafa'at selaku Ketua Senat IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi.
3. Dr. H. Ahmad Munib Syafa'at, Lc., M.E.I selaku Rektor IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi.
4. Dr. Siti Aimah, SPd., M.Si. selaku Dekan Fak. Tarbiyah Dan Keguruan IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi.
5. Nurkafidz Nizam Fahmi, S.Pd., M.H selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi.
6. Moh. Nur Fauzi, S.HI.,M.H selaku Dosen Pembimbing Dalam Penulisan Proposal Skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi.
8. Dan semua pihak baik secara langsung dan tidak langsung telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya demi terselesaikannya Penulisannya Proposal skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan oleh penulis kecuali hanya doa kepada Allah SWT yang Maha Pemurah lagi Maha Pengasih, semoga kebaikan beliau semua mendapat balasan dari-Nya.

Tiada gading yang tak retak, tiada manusia yang sempurna. Demikian juga dengan skripsi ini, tentunya masih ada kekurangan. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis berharap akan saran dan kritik yang konstruktif. Dan atas segala kekhilafan dalam penulisan skripsi ini mohon maaf sebagai insan yang dho'if.

Akhirnya kepada Allah Azza Wa Jalla, penulis kembalikan segala sesuatunya dengan harapan semoga skripsi ini tersusun dengan ridho-Nya serta dapat memberikan manfaat. Amin Ya Robbal' Alamin.

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Irfan Distya Irianda', is written over a horizontal line. Above the signature, the word 'Penulis' is printed. To the right of the signature, the word 'Keanala' is written in a smaller, cursive script.

Irfan Distya Irianda

18111110062

DAFTAR ISI

Cover Dalam	i
Halaman Persyaratan Gelar	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Pengesahan	iv
Motto	iv
Persembahan	vi
Pernyataan Orisinalitas.....	vii
Abstrak	vii
Abstract	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Masalah Penelitian	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori	11
B. Penelitian Terdahulu	18

C. Alur Pikir Peneliti	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	25
B. Lokasi Penelitian.....	26
C. Kehadiran Peneliti.....	26
D. Sumber Data.....	27
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	29
F. Keabsahan Data.....	31
G. Analisis Data	33
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	35
A. Gambaran Umum Penelitian	35
B. Profil Lembaga.....	36
C. Visi dan Misi MTs Al-Amiriyyah Darussalam Blokagung Banyuwangi	40
D. Program dan Schedule Sekolah.....	41
E. Struktur Organisasi Sekolah	42
F. Job Description	44
G. Data Guru dan Karyawan.....	55
H. Verifikasi Data Lapangan	61
BAB V PEMBAHASAN	69
A. <i>Customer Relationship Managemet</i> (CRM) di MTs Al-Amiriyyah Blokagung	69
B. Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> CRM di Mts Al-Amiriyyah Blokagung	73
C. Menjalin Komunikasi dengan Pelanggan/ Wali Murid	74

BAB VI PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Implikasi Penelitian	76
C. Keterbatasan Penelitian.....	76
D. Saran	77
Daftar Pustaka	78
Lampiran-Lampiran	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan CRM di Perusahaan dan Lembaga Pendidikan	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Informan penelitian	29
Tabel 3.2 Indikator Kebutuhan Data	30
Tabel 4.1 Jumlah Siswa MTs Tahun 2014-2021	41
Tabel 4.3 Data Guru dan Karyawan MTs Al-Amiriyyah Blokagung	55
Tabel 4.4 Jadwal Piket Guru Mts Al-Amiriyyah Tegalsari Banyuwangi	59
Tabel 4.5 Jumlah Penerimaan Peserta Didik Baru MTs Al-Amiriyyah Blokagung	66
Tabel 4.6 1Program kerja MTs Al-Amiriyyah Blokagung	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambaran Alur Pikir Peneliti.....	24
Gambar 4.1 Gambar 4.1 Struktur Organisasi MTs Al-Amiriyyah Blokagung Tahun Ajaran 2020/2021	42

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
2. Surat Pengantar Penelitian
3. Pernyataan Keaslian Tulisan
4. Plagiat Max 25%
5. Draf Wawancara
6. Kartu Bimbingan
7. Biodata Penulis
8. Pelaksanaan Kegiatan Peneliti

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut hukum Islam persaingan bisnis adalah persaingan yang diperbolehkan, jika persaingan usaha dilakukan secara sehat, tetapi jika persaingan usaha bersifat monopolistik untuk mengambil keuntungan, maka Islam melarangnya. Demikian juga bisnis sangat rekat dengan yang namanya persaingan, semua ini karena pelaku usaha ingin mempertahankan usahanya dan ingin mendapatkan keuntungan yang lebih banyak/ lebih tinggi dari para pelanggannya (Sunan, 2019: 5).

Basri telah mengemukakan siapapun yang bisa mendapatkan pelanggan (*customer*) dan keuntungan (laba) terbanyak, maka dia pemenangnya (Basri, 2005: 1). Dalam dunia usaha perlu adanya campur tangan pemerintah, menyikapi persaingan usaha, pemerintah harus bisa mengeluarkan regulasi yang mengikat para pelaku usaha agar tidak terlalu jauh atau terkesan ngawur dalam berbisnis. Persaingan usaha ekonomi ini dapat menimbulkan arogansi dari pelaku usaha atau penyedia jasa dan cenderung acuh pada tujuan ekonomi yang saling menguntungkan baik bagi produsen maupun konsumen. Hal ini juga sangat bertentangan dengan keberadaan budaya Indonesia yang majemuk dan dikenal dapat membangun kedaulatan bersama bergandengan tangan sesuai dengan Pasal 33 Ayat 2 UUD 1945 yang berbunyi “ Bahwa cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang

menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh Negara”. Kemudian Pasal 33 Ayat 4 UUD 1945 yang berbunyi “ Bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional” menjelaskan bahwa dalam urusan perekonomian rakyat Indonesia tidak dapat serta merta melakukannya. Sepihak dan hanya menguntungkan pelaku usaha. Hal ini ditegaskan dalam dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana tertuang dalam UUD 1945, dimana perekonomian harus berdasarkan demokrasi dan kemaslahatan rakyat.

Di dalam sebuah perusahaan atau lembaga pendidikan perlu juga memikirkan tentang kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan sangat penting dan akan berdampak baik bagi perusahaan atau lembaga pendidikan tersebut. Yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah upaya membandingkan hasil yang sesuai dengan harapan, Apabila hasil yang dirasakan tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasakan ketidakpuasan (Yulianti, Sjahrudin, dan Tahir 2015: 5).

Seorang pengusaha atau pegawai di lembaga pendidikan seharusnya memiliki sifat yang baik, cara bicara yang baik, ramah dan sopan santun serta lemah lembut, sebagaimana yang dicontohkan Nabi Muhammad Saw dalam menyebarkan agama Islam seperti yang dijelaskan surat Ali Imran : 159.

Dalam Al-Quran yang dijelaskan :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ
 وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَاَسْأَلِ لَهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : Maka karena rahmat Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Jika Anda keras hati dan keras hati, mereka akan menjauhkan diri dari semua di sekitar Anda. Karena itu ampunilah mereka, mintalah ampunan bagi mereka, dan konsultasikan dengan mereka dalam masalah ini. Kemudian ketika Anda telah mengambil keputusan, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadanya

Berlandaskan ayat tersebut, seorang pengusaha atau pegawai di dalam lembaga pendidikan yang memiliki sikap lemah lembut serta ramah maka akan menimbulkan rasa simpati dan kepercayaan dari para pelanggan. Dan akan muncul rasa kepuasan terhadap konsumen bukan hanya puas karena kualitas yang bagus, tetapi juga akan merasakan kenyamanan ketika mulai berinteraksi dengan marketernya.

Orang yang beriman akan bermurah hati ketika melakukan transaksi bisnis. Al-Qur'an memberikan batasan terhadap umat Islam untuk berlaku sopan di kehidupan sehari-hari sekalipun kepada orang-orang yang kurang. QS, Ali Imran : 159 (Toriquddin, 2010: 118).

Menjaga hubungan dengan pelanggan merupakan salah satu strategi bisnis yang paling efektif dilakukan oleh perusahaan. Dalam istilah ekonomi, Manajemen Hubungan Pelanggan dikenal dengan teori *Customer Relationship Management (CRM)* (Gaffar, 2007: 2). CRM merupakan sebuah bisnis yang

mempunyai strategi khusus yang dapat memungkinkan perusahaan secara mudah bisa menjalin hubungan dengan pelanggan. CRM didukung dengan teknologi informasi dan data konsumen yang berkualitas tinggi (sujiman, 2016: 6).

Dalam dunia bisnis juga perlu mengedepankan etika. Etika berasal dari kata Sanskerta “ethikos”, yang artinya adalah kebiasaan. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep-konsep seperti baik, buruk, benar, salah dan tanggung jawab (Nurya & Na, 2014: 34). Sedangkan bisnis yaitu kegiatan yang memenuhi keinginan dan kebutuhan ekonomi masyarakat, perusahaan diorganisir untuk terlibat dalam kegiatan tersebut (Abdul, 2013: 20).

Etika bisnis Islam menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran dan keadilan, sedangkan perusahaan dan karyawan berkembang secara kekeluargaan. Seperti halnya dalam sebuah perusahaan, gaji karyawan akan mengalami kenaikan dan penurunan tergantung pada perusahaan tersebut apakah mengalami penurunan atau peningkatan.

Tujuan utama CRM pada perusahaan yaitu untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan dan menjaga kepuasan, kepercayaan terhadap pelanggan. Berdasarkan tujuan utama CRM yang telah disampaikan, maka tujuan akhir CRM adalah untuk memaksimalkan keuntungan dan pendapatan perusahaan. Adapun peran CRM terhadap perusahaan yaitu dapat meningkatkan nilai perusahaan (*value*), dapat mengetahui pelanggan secara mendalam, menjalin dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan (Pratama, 2019: 14-23).

Strategi *Customer Relationship Management* (CRM) tidak hanya ada di dunia perekonomian, akan tetapi CRM juga bisa diterapkan di dunia pendidikan (sekolah). CRM di dalam lembaga pendidikan sangat penting untuk meningkatkan pendapatan lembaga pendidikan dan mempertahankan lembaga tersebut, serta dapat menjalin hubungan baik dengan murid/ wali murid. Dengan demikian, memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat dan wali murid dapat menjadi kekuatan tersendiri bagi lembaga tersebut. *Customer Relationship Management* (CRM) yang diterapkan dalam dunia pendidikan tentunya berbeda dengan yang diterapkan di perusahaan.

Perbedaan atau persamaan penerapan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) antara perusahaan dengan lembaga pendidikan yang sama-sama memiliki pelanggan internal dan eksternal (Eka, 2014: 6).

**Tabel 1.1 Perbedaan CRM
Perusahaan dan Lembaga Pendidikan**

No	CRM di perusahaan	CRM di lembaga pendidikan
1	Perusahaan / CV	Lembaga pendidikan
2	Karyawan (pelanggan internal)	Tenaga pendidikan/ staf (pelanggan internal)
3	Pemakai produk konsumen / (costumer) (pelanggan <i>external</i>)	Pemakaian jasa/ murid dan wali murid (pelanggan <i>external</i>)

Sumber: Data Olahan Peneliti Januari, 2022

Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam dunia pendidikan sudah pernah diteliti oleh Muhyis Sunan dengan judul “*Implementasi Customer Relationship Management* di Sekolah Menengah Pertama”, dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa CRM dalam dunia

pendidikan sangat berpengaruh besar, dikarenakan bisa menjalin komunikasi secara baik dengan wali murid atau masyarakat sekitar. Dalam membangun hubungan dengan masyarakat dapat mengangkat citra lembaga dengan baik (Sunan, 2019 hal: 1-90).

Masyarakat sangat berperan penting dalam meningkatkan kemajuan lembaga pendidikan, hubungan masyarakat didalam sebuah organisasi biasa disebut dengan humas (hubungan masyarakat). Elfridawati mengatakan Manajemen humas merupakan manajemen yang mengatur hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat (Elfridawati Mai Duhani, 2016 hal: 34). Manajemen humas mempunyai peranan penting bagi perkembangan lembaga pendidikan karena bagaimanapun suatu lembaga tidak mungkin berkembang dengan baik tanpa adanya hubungan baik dengan masyarakat sekitar.

Persaingan pada saat ini mengharuskan lembaga pendidikan untuk aktif dalam pemasaran, untuk menarik minat peserta didik dan memperoleh sebuah kepercayaan terhadap masyarakat. Menurut halim dalam jurnalnya, Sebuah lembaga yang ingin sukses untuk masa panjang, dalam menghadapi persaingan di era globalisasi harus mempraktekan marketing secara terus menerus supaya dapat meningkatkan jumlah peserta didik. Karena semakin meningkatnya jumlah siswa yang masuk dapat mengangkat citra positif pada sebuah lembaga di mata masyarakat.

Marketing pendidikan Islam merupakan perencanaan, penerapan, analisis dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk

menciptakan dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan (Halim, Sridadi, and Sholicha, 2020: 6).

Pendidikan merupakan salah satu sektor yang harus disikapi dengan seksama oleh pemerintah dan masyarakat, tentunya semua orang tua pada umumnya menginginkan anaknya mendapatkan pendidikan yang terbaik. Pendidikan terbaik ini harus memiliki beberapa indikasi yang menjadi tolak ukur dan disepakati bersama, misalnya biaya yang terjangkau, fasilitas yang lengkap, tenaga pendidik yang profesional merupakan unsur penunjang pendidikan (Erwin n.d, 2016: 64).

Masyarakat untuk menggunakan layanan pendidikan tersebut menuntut sekolah atau lembaga pendidikan untuk dapat berkreasi dan berinovasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan (siswa/ wali siswa). Menjadi agenda setiap tahun bagi lembaga pendidikan akan melalui proses Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), bisa dibayangkan persaingan antar Sekolah Menengah Pertama (SMP) sederajat di Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi, memperebutkan perhatian calon siswa dan memperebutkan juara, serta kepercayaan orang tua untuk menyekolahkan anaknya.

Penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) di lembaga pendidikan sangat penting dilakukan agar pelanggan semakin loyal. Implementasi ini bertujuan agar pelanggan tidak terpengaruh oleh institusi lain. Selain perlunya kemampuan komunikasi yang baik kepada pelanggan, hubungan antar relasi tersebut harus dijaga dan ditingkatkan.

Komunikasi yang baik antara lembaga pendidikan (sekolah) dan pelanggan (pelajar) dapat menciptakan hubungan yang harmonis. Harmonisasi kedua pihak, antara lembaga pendidikan dan pelanggan dapat diwujudkan melalui penyesuaian, saling pengertian, dan kenyamanan. Keduanya bisa merasa bahagia karena merasa saling menguntungkan dan tidak ada yang perlu dikhawatirkan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana menerapkan Implementasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta didik di MTs Al-Amiriyyah Blokagung untuk menarik pelanggan atau siswa dan wali siswa. Dengan demikian, judul penelitian ini adalah “Implementasi *Customer Relationship Management* Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik” pada MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep CRM (*Customer Relationship Management*) di MTs Al-Amiriyyah Blokagung?
2. Bagaimana penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) di MTs Al-Amiriyyah Blokagung?
3. Bagaimana Penerapan Hubungan Komunikasi dengan Pelanggan (wali murid)?

C. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan diteliti adalah bagaimana konsep dan implementasi *Customer Relationship Management* dalam meningkatkan jumlah peserta didik pada MTs Al-Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui konsep CRM (*Customer Relationship Management*) di MTs Al-Amiriyyah Blokagung.
2. Mengetahui penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) di MTs Al-Amiriyyah Blokagung.
3. Mengetahui Cara Menjalin Hubungan Komunikasi dengan pelanggan atau wali murid

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Menambah atau memperkaya kajian teori di bidang ilmu pengetahuan khususnya penerapan hubungan pelanggan manajemen di Sekolah Menengah Pertama.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi khazanah Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

- c. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa di Indonesia khususnya di lingkungan IAIDA Banyuwangi sebagai referensi'

2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini dapat menjadi sarana bagi peneliti selanjutnya untuk mendalami teori dan mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan.
- b. Memenuhi salah satu syarat Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
- c. Peneliti ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi sekolah yang bersangkutan dalam Implementasi Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management*).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM)

Buttle, telah mengemukakan CRM atau *Customer Relationship Management* adalah suatu strategi inti dalam usaha/ bisnis yang menggabungkan proses dan fungsi eksternal dan internal bertujuan untuk menciptakan hubungan baik dengan pelanggan (Buttle, 2009 hal: 16). Imasari dan Nursalin mengemukakan *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu sebuah pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan (*customer*) (Imasari & Nursalin, 2011: 184). Menurut Newell *Customer Relationship Management* yaitu sebuah pembelajaran dan modifikasi gerak gerik atau perilaku terhadap konsumen dan membangun hubungan antar pelanggan dan perusahaan (Newell, 2009: 16). Kotler dan Keller, berpendapat bahwa manajemen hubungan pelanggan adalah proses mengelola informasi rinci tentang setiap pelanggan (Kotler, Philip & Keller, 2008: 10).

Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa CRM yaitu jembatan strategis antara informasi dengan pemasaran agar mudah untuk menjalin hubungan jangka panjang terhadap pelanggan. CRM mengelola semua "titik sentuh" pelanggan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan, Titik sentuh pelanggan adalah setiap peristiwa

dimana pelanggan menghubungi produk atau layanan, mulai dari pengalaman pribadi, komunikasi massal hingga pengamatan biasa (Mustika, 2017: 16).

Dalam jurnal Yulianti, Sjahrudin dan Tahir mengatakan bahwa Francis Buttle menyatakan tujuan utama dalam CRM yaitu suatu tindakan yang mana bisa menjalin atau menjaga hubungan baik dengan pelanggan, Usaha yang dilakukan perusahaan atau lembaga pendidikan agar memperoleh pelanggan yang loyal yaitu dengan cara Implementasi *Customer Relationship Management*. CRM merupakan proses mempertahankan, mengembangkan dan mendapatkan pelanggan yang menguntungkan (Yulianti, Sjahrudin, dan Tahir 2015: 5).

a. Menurut Gordon (Gordon, 2002: 28). Ada empat komponen yang digunakan dalam pengukuran CRM yaitu :

1. Teknologi

Teknologi (*technology*) yaitu suatu teknologi yang sangat mendukung keberlangsungan proses CRM pada suatu perusahaan atau organisasi.

2. Orang

Orang (*people*) meliputi kemampuan, keahlian dan keterampilan sikap dalam mengatur CRM pada sebuah perusahaan atau organisasi.

3. Proses

Proses (*process*) proses yang digunakan perusahaan dalam mengakses atau berinteraksi terhadap pelanggan agar menciptakan nilai-nilai baru dan kepuasan.

4. Pengetahuan dan pemahaman.

Pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) sebuah pendekatan yang digunakan pada perusahaan agar memperoleh informasi data konsumen sehingga dapat memperoleh pemahaman atau pengetahuan yang diperlukan untuk memperdalam hubungan dengan pelanggan.

b. Menurut Anton dan Golden berry dalam (Mustika 2017: 18-21). Ada tiga pokok utama yang saling terkait pada CRM yaitu Karyawan (People), Proses (Proces), dan Teknologi (Technology).

1. Karyawan (*People*)

Tenaga Manusia adalah faktor utama, karena CRM adalah bagaimana untuk bisa mengelola hubungan antara manusia sehingga diperlukan sentuhan-sentuhan pribadi dan manusiawi.

2. Proses (*Proces*)

Proses adalah suatu sistem yang membantu manusia untuk dapat menjalin hubungan dengan pelanggan. Menurut Hammer dan Champy proses diartikan sebagai suatu pemikiran dimana si pemikir dapat mencapai perbaikan yang dramatis baik dari segi pelayanan, kualitas dan kecepatan.

3. Teknologi (*Technology*)

Teknologi berguna untuk memfasilitasi akuisisi pelanggan dan melakukan analisis mendalam tentang pelanggan. Pengetahuan dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran, perencanaan sehingga dapat mempertahankan pelanggan.

- c. Menurut I Putu Agus Eka Pratama (Pratama, 2019: 61-68). Ada empat tipe CRM yang meliputi Strategic CRM, Operational CRM, Analytical CRM, Collaborative CRM. Setiap tipe memiliki fokus dan karakteristik masing-masing yaitu:
1. *Strategic CRM* yaitu tipe yang fokus terhadap data-data pelanggan untuk kebutuhan pengetahuan dan informasi.
 2. *Operational CRM* yaitu tipe yang fokus terhadap proses operasional yang melibatkan pelanggan meliputi, pemasaran produk dan layanan (marketing), penjualan produk dan layanan (sales), dan layanan yang diberikan terhadap pelanggan (*service*).
 3. *Analytical CRM* yaitu tipe yang fokus untuk kebutuhan analisis data-data internal perusahaan yang terkait dengan pelanggan dan transaksi (misalkan: finansial, penjualan, pemasaran).
 4. *Collaborative CRM* yaitu tipe yang fokus pada pemanfaatan perangkat lunak komputer untuk meningkatkan optimalisasi pelayanan kepada pelanggan dan pencapaian tujuan bisnis perusahaan.

Dari beberapa tipe atau komponen yang terkait Implementasi CRM menurut para ahli di atas, maka peneliti memilih menggunakan tipe Gordon karena keempat tipe tersebut sangat cocok untuk digunakan peneliti sebagai pengukuran dalam penelitian Implementasi CRM dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MTs AL-Amiriyyah Blokagung.

2. Tahapan Implementasi *Customer Relationship Management*

Menurut Fauziah dalam jurnal (Sunan, 2019: 25). Ada tiga tahapan dalam CRM yaitu:

a. *Aquire* (Dapatkan)

Aquire adalah tingkatan untuk mendapatkan pelanggan baru, pelanggan baru ini mendapatkan karena memberikan kemudahan akses informasi, inovasi dan yang menarik.

b. *bEchance* (Peluang)

Echance adalah cara untuk tetap berhubungan secara terus menerus untuk melakukan perbaikan layanan yang diberikan sekarang dan di masa depan.

c. *Retain* (Pertahankan)

Retain merupakan suatu langkah yang dilakukan perusahaan dalam rangka mempertahankan pelanggan dengan cara menerima masukan dari pelanggan agar pelanggan selalu loyal terhadap produk atau jasa yang sedang mereka gunakan dan lain sebagainya.

3. Manfaat CRM di Lembaga Pendidikan

Segala macam cara yang dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan. Dan diharapkan CRM bisa membantu meningkatkan pendapatan lembaga pendidikan dan mempertahankan lembaga tersebut. Manfaat Implementasi CRM pada lembaga pendidikan salah satunya yaitu meningkatkan pemasaran secara efektif dan efisien.

Manfaat CRM pada lembaga pendidikan yaitu sebagai berikut:

- a. Memudahkan lembaga pendidikan dalam menawarkan jasa untuk mengidentifikasi pelanggan dengan benar dan mengetahui target dengan jelas sehingga dapat meningkatkan pemasaran untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak.
- b. Meningkatkan kinerja secara cepat dan mudah untuk mengoptimalkan pertukaran informasi antara pengguna jasa dan jasa secara efektif.
- c. Mempermudah lembaga pendidikan untuk menawarkan jasa untuk mengidentifikasi pelanggan secara tepat dan mengetahui sasaran secara jelas sehingga dapat meningkatkan pemasaran untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak.
- d. Meningkatkan kinerja secara cepat dan mudah dengan cara optimalisasi pertukaran informasi antara pengguna jasa dan pemberi layanan secara efektif.

- e. Menciptakan hubungan dengan pelanggan supaya tingkat kepuasan pelanggan meningkat dan lembaga pendidikan dapat memperoleh keuntungan secara maksimal.
- f. Memberikan informasi agar dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dan membangun hubungan secara efektif.

Berdasarkan uraian di atas dapat dipahami bahwa manfaat Implementasi CRM pada lembaga pendidikan yaitu dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Pada setiap gerak manusia adalah langkah kehidupan yang berhubungan dengan sesama manusia, lingkungan, serta manusia dengan Tuhan (*hablum minallah, hablum minannas*) (Abdul, 2013: 35) . Hampir seluruh aktivitas kehidupan sehari-hari diatur dan dijelaskan dalam Al-Qur'an dan Hadits Nabi. Al-Qur'an merupakan Pedoman dalam islam tentang perilkubisnis yang sesuai dengan fitrah manusia. Islam memberikan tuntunan dalam Al-Qur'an dan sunnah rasulnya sebagai pedoman agar manusia hidup dengan bahagia. Tuntutan tersebut dapat dijadikan petunjuk dalam semua aktivitas muamalah manusia termasuk marketing yang akan diminta pertanggung jawaban dihadapan Allah SWT pada akhir zaman kelak. Surat Al-An'am ayat 164.

Dalam Al-Quran yang dijelaskan :

قُلْ أَعْيَرَ اللَّهُ أَبْعَى رَبًّا وَهُوَ رَبُّ كُلِّ شَيْءٍ وَلَا تَكْسِبُ كُلُّ نَفْسٍ إِلَّا عَلَيْهَا وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُم مَّرْجِعُكُمْ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

Artinya : Apakah aku akan mencari Tuhan selain Allah, Padahal Dia adalah Tuhan bagi segala sesuatu dan tidaklah seorang membuat dosa melainkan kemudaratannya kembali kepada dirinya sendiri dan seorang yang berdosa tidak akan memikul dosa orang lain. kemudian kepada Tuhanmulah kamu kembali, dan akan diberitakannya kepadamu apa yang kamu perselisihkan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yaitu suatu upaya seorang peneliti untuk mencari sebuah perbandingan. Dalam hal tersebut seorang peneliti melaksanakan sebuah pengamatan penulisan untuk beberapa jurnal yang sama dengan judul Implementasi *Customer Relationship Management* yaitu sebagai berikut:

a. Penelitian Penelitian Muhyis Sunan Hs (2019)

Dalam penelitian Muhyis Sunan Hs yang berjudul “*Implementasi Customer Relationship Management* di Sekolah Menengah Pertama Khadijah di kota Surabaya, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel” Konsep CRM di SMP Khadijah Surabaya telah diimplementasikan dengan melakukan analisis kemudian melakukan survey dengan mengklasifikasikan calon pengguna jasa.

b. Kartika Imasari, Kezia Kurniawati Nursalin (2011)

Dalam penelitian Kartika Imasari yang berjudul “*Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA*

Tbk Influence of Customer Relationship Management Toward Customer Loyalty on PT. BCA Tbk Kartika” Kezia Kurniawati Nursalin, CRM tentang loyalitas pelanggan di PT BCA Tbk, perusahaan kini harus mulai fokus pada pemberian nilai dan peningkatan loyalitas pelanggan. Loyalitas konsumen berarti kembali lagi dan lagi untuk melakukan transaksi bisnis (pembelian), meskipun produk perusahaan mungkin bukan produk terbaik di pasaran atau harga terendah. Perilaku konsumen yang “rasional” ini dapat dijelaskan dengan pandangan bahwa “hubungan baik” yang terjalin dengan konsumen merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah ada pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan dan untuk menguji seberapa besar pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan. Belajar.

c. Jajang Abdurrahman, Dadang Hamdani, Panji Novantara (2018)

Dalam penelitian Jajang Abdurrahman , Dadang Hamdani , Panji Novantara, yang berjudul “*Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Penerimaan Siswa Baru (Studi Kasus di Pondok Pesantren Darussalam Kabupaten Garut)*” Dengan diterapkannya *Customer Relationship Management (CRM)* pada Penerimaan Mahasiswa Baru di Pesantren Darussalam Kabupaten Garut dapat mempermudah, mempercepat penerimaan mahasiswa baru, sehingga lebih akurat dan tepat sasaran.

d. Sujiman (2016)

Dalam penelitian Sujiman yang berjudul “*Customer Relationship Management (CRM) di Sma Islam Teladan*” Lembaga pendidikan sebagai penyedia jasa tentunya memiliki pelanggan internal dan eksternal. Pelanggan internal diantaranya adalah pendidik, tenaga kependidikan dan karyawan. Sedangkan pelanggan eksternalnya ialah peserta didik, orang tua atau wali peserta didik dan pengguna lulusan dari lembaga pendidikan tersebut. Kesemuanya itu perlu dimanajemen dengan baik agar mampu mencapai loyalitas pelanggan.

e. N. Mustika (2017)

Dalam penelitian N. Mustika yang berjudul “*Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan*” pelanggan merupakan kunci untuk mencapai keunggulan yang kompetitif berkelanjutan dalam persaingan bisnis saat ini. Keunggulan kompetitif dengan fokus pada pelanggan dapat dicapai dengan mengetahui informasi tentang siapa pelanggan mereka, apa yang pelanggan inginkan, bagaimana kebutuhan pelanggan mereka dipenuhi dan faktor-faktor lain yang terkait.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
1	<p>Muhyis Sunan Hs (2019)</p> <p><i>Implementasi Customer Relationship Management di Sekolah Menengah Pertama Khadijah Surabaya, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.</i></p>	<p>Sama sama membahas CRM di sekolah menengah pertama</p>	<p>Di Sekolah Menengah Pertama Khadijah Surabaya yaitu lebih cenderung ke informasi bagaimana mereka (calon siswa) bisa mengetahui tentang profil lembaga tersebut. Sedangkan dalam penelitian ini membahas bagaimana cara untuk meningkatkan jumlah peserta didik dengan menerapkan teori CRM</p>	<p>Hasil penelitian <i>Implementasi Customer Relationship Management di Sekolah Menengah Pertama Khadijah Surabaya</i>, sudah berjalan dengan baik karena proses penyebaran atau perkenalan lembaga pendidikannya sudah menyebar luas melalui spanduk dan internet.</p>
2	<p>Kartika Imasari, Kezia Kurniawati Nursalin (2011)</p> <p><i>Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA Tbk Influence of Customer Relationship Management Toward Customer Loyalty on PT. BCA Tbk Kartika.</i></p>	<p>Sama sama membahas bagaimana cara mempertahankan dan memperoleh pelanggan dengan menggunakan teori implementasi CRM</p>	<p>Membahas CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan di sebuah PT. Sedangkan penelitian ini objek penelitian di sebuah lembaga pendidikan</p>	<p>Pelaksanaan CRM terhadap loyalitas pelanggan di PT BCA Tbk sudah dinilai baik oleh perbankan di indonesia.</p>

3	<p>Jajang Abdurrahman , Dadang Hamdani , Panji Novantara (2018)</p> <p><i>Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Penerimaan Siswa Baru (Studi Kasus di Pondok Pesantren Darussalam Kabupaten Garut)</i> Jurnal Nuansa Informatika.</p>	<p>Sma sama membahas CRM pada lembaga pendidikan dalam penerimaan siswa baru</p>	<p>Membahas CRM Pada Penerimaan Siswa Baru di Pondok Pesantren sedangkan peneliti membahas CRM di sebuah lembaga pendidikan (sekolah) MTs Al-Amiriyah Blokagung</p>	<p>Dengan mengimplementasikan CRM di Pondok Pesantren ini mengalami kemudahan dalam penerimaan santri baru.</p>
4	<p>Sujiman (2016)</p> <p><i>Customer Relationship Management (Crm) Di Sma Islam Teladan (It) Al Irsyad Al Islamiyah Purwokerto.</i></p>	<p>Mengatur hubungan pelanggan internal dan eksternal agar lebih mudah mencapai loyalitas pelanggan.</p>	<p>Lebih ke pengetahuan bagaimana penerapan CRM di lembaga tersebut sedangkan dalam penelitian ini peneliti lebih fokus ke peningkatan jumlah peserta didik.</p>	<p>SMA IT Al Irsyad Al Islamiyah Purwokerto sebagai sekolah yang berlandaskan nilai- nilai Islam secara umum telah mampu menerapkan layanan berbasis pelanggan dalam bentuk manajemen hubungan pelanggan (CRM) secara baik. Penerapan CRM yang baik ini mampu membantu sekolah dalam menyampaikan berbagai informasi yang penting kepada peserta didik dan</p>

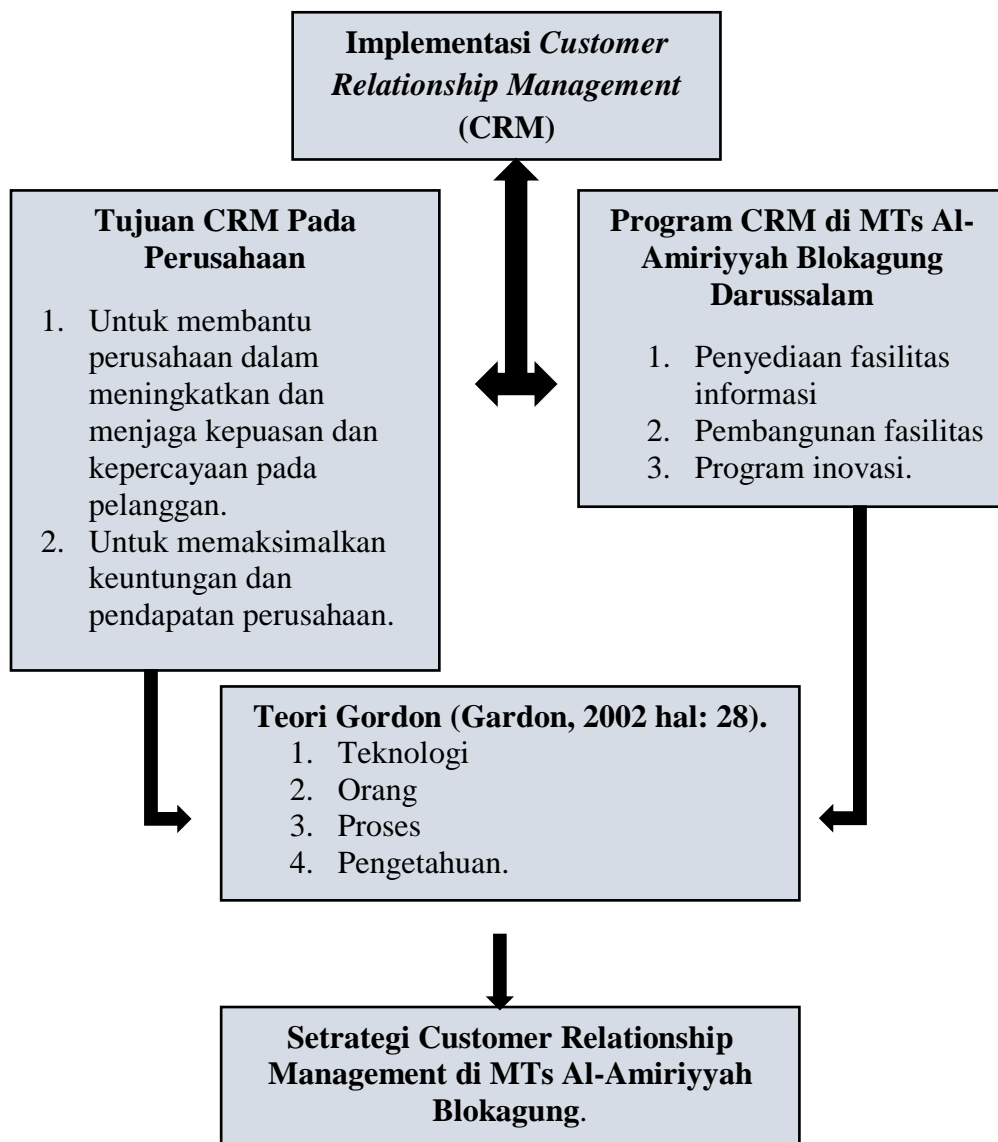
				wali/orang tua peserta didik.
5	<p>N. Mustika (2017)</p> <p>Analisis Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Bengkel Ahass (<i>Astra Honda Authorized Service Station</i>) Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung.</p>	<p>Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan agar pelanggan bisa loyal</p>	<p>Tentang loyalitas pelanggan yaitu di sebuah bengkel motor sedangkan peneliti meneliti tentang loyalitas pelanggan di lembaga pendidikan.</p>	<p>terdapat tiga faktor yang mempengaruhi keberhasilan CRM dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yaitu: <i>people, process</i> dan <i>technology</i>. Hal tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu: prinsip kebenaran, kepercayaan, keikhlasan, persaudaraan, dan keadilan yang mencerminkan profesionalisme para karyawan dalam bekerja.</p>

Sumber: Data Olahan Peneliti Januari, 2022

C. Alur Pikir Peneliti

Secara sederhana alur pikir dari peneliti terkait dengan **Implementasi *Customer Relationship Management* Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTs Al-Amiriyyah Blokagung** yaitu sebagai berikut:

Gambar 2.1 Gambaran Alur Pikir Peneliti



Sumber: Data Olahan Peneliti Januari, 2022

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif karena data-data yang digunakan adalah data-data yang bukan angka serta bersifat mendeskripsikan hasil penelitian sebagai jawaban dari rumusan masalah penelitian dalam bentuk pemaparan apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dan ditanyakan pada objek terkait untuk mendapatkan data secara fakta. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Sugiono (Sugiyono, 2013: 20). menyatakan bahwa pada tahap deskriptif peneliti mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dan ditanyakan untuk mendapatkan informasi dan data yang kemudian disusun secara jelas untuk mendapatkan hasil yang sesuai.

Pada penelitian ini peneliti mengonsentrasikan pada tempat penelitian yaitu di Madrasah MTs Al-Amiriyah Blokagung dengan data yang dikehendaki peneliti berupa data dalam bentuk deskriptif yaitu dengan kata-kata tertulis dan perilaku yang dapat diamati kemudian diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ali Imron (Ali, 2012: 14). Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan sifat-sifat atau karakteristik suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu.

Adapun alasan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini karena peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat atau menjadi pengumpul data (*instrument*) tentang kontribusi sistem pembiayaan pendidikan dalam inovasi manajemen keuangan. Dengan demikian, dalam penelitian ini sangat dimungkinkan bagi peneliti untuk melakukan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan yang ada dilapangan. Sehingga peneliti memiliki peran yang cukup besar, karena yang terjadi di tempat penelitian perlu uraian lebih lanjut dalam penulisan laporan.

B. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini di MTs Al-Amiriyyah Blokagung Tegalsari Banyuwangi. Peneliti melakukan penelitian di lokasi tersebut karena lembaga tersebut menerapkan teori *Customer Relationship Management* (CRM) dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Dan telah dibuktikan melalui kedekatan antara lembaga dengan pelanggan, baik internal maupun eksternal. Kepercayaan yang telah dibangun oleh lembaga terhadap pelanggan dapat membuat pelanggan kembali untuk mendapatkan jasa.

C. Kehadiran Peneliti

Berhubungan dengan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, maka kehadiran peneliti sangat perlu adanya (tidak bisa di wakikan), dengan adanya kehadiran peneliti, peneliti dapat membangun keakraban atau hubungan baik dengan objeknya.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu: sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang didapatkan secara langsung melalui pengumpulan data secara wawancara, observasi, dan angket (Sugiyono, 2013: 137). Data tersebut akan di gunakan untuk melaksanakan observasi langsung di lembaga untuk mendapatkan data berupa kondisi nyata dalam masalah penelitian. Adapun sumber data yang menjadi penelitian ini yaitu kepala sekolah dan bagian humas MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Data primer dalam penelitian ini adalah Implementasi CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

b. Sumber Data Sekunder

Untuk mendapatkan data sekunder ini, penelitian mencari dokumen tentang Implementasi *Customer Relationship Management* di lembaga tersebut dan peneliti juga menggali catatan serta dokumen yang berkaitan dengan *Implementasi Customer Relationship Management* melalui Kepala Sekolah, WKS Hubungan masyarakat serta beberapa guru di lembaga tersebut. Hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Sugiyono, Menyatakan bahwa sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpul

data dan sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalkan lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2013: 308).

2. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini merupakan data atau tenaga pendidik yang memberi informasi dan keterangan yang masih berkaitan dengan kebutuhan peneliti. Informan penelitiannya ada tiga yaitu: Kepala Sekolah, WKS Hubungan masyarakat , dan beberapa guru dan peserta didik yang ada di lembaga tersebut dalam informan penelitian untuk melengkapi dan memperkuat data yang telah di teliti.

Para informan yang akan memberikan informasi atau keterangan yang masih berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan Implementasi *customer relationship management* (CRM) di MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

Tabel 3.1 Informan penelitian

No.	Informan	Bentuk Data	Tujuan
1.	Kepala Sekolah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Data dokumentasi pengorganisasian dan perencanaan Implementasi CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. 2. Keterangan dalam bentuk wawancara. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menguatkan data dan mengetahui Implementasi CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. 2. Menemukan data primer, diantaranya mengetahui konsep dan strategi Implementasi CRM.
2.	WKS Humas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan keterangan lewat wawancara Implementasi CRM. 2. Data jadwal kegiatan yang masih berhubungan dengan CRM. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui data atau dokumen yang mengenai CRM 2. Dapat Mengetahui proses dan alur.
3.	Guru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penguatan melalui wawancara secara langsung mengenai penerapan dan program yang sudah di terapkan. 	Untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

Sumber: Olahan Peneliti Februari 2022

E. Prosedur Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab secara lisan untuk memperoleh informasi, berupa informasi yang diperoleh seperti, audio dan lain-lain (Arikunto, 2002).

Tabel 3.2 Indikator Kebutuhan Data

No	Informan	Kebutuhan Data
1.	Kepala Sekolah	<ol style="list-style-type: none"> 1. penjelasan kepla sekolah dalam pengelolaan lembaga sehingga mempunyai daya saing. 2. Pejelasan tentang proses pengambilan kebijakan dalam menerapkan CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. 3. Penjelasan mengenai keberhasilan yang diperoleh sesudah dan sebelum menerapkan CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung.
2.	Waka Humas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjelasan mengenai perkembangan program CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. 2. Penjelasan tentang program pelaksanaan CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung.
3.	Staf atau Guru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penjelasan tentang Implementasi CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. 2. Pejelasan mengenai keberhasilan CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung. 3. Keterkaitan guru/staf dalam Implementasi CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

Sumber: Olahan Peneliti Februari 2022

b. Observasi

Teknik ini digunakan untuk mencari data dengan cara meneliti suatu yang berkaitan dengan Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) di Blokagung Tegalsari Banyuwangi, kondisi yang perlu dijadikan sebagai penelitian ilmiah, sehingga mendapatkan manfaat bagi peniliti sendiri ataupun bermanfaat kepada pihak yang diteliti.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pencarian data yang mengenai hal-hal yang berupa transkrip, catatan, buku dan sbagainya. Dokumentasi

digunakan dalam penelitian sebagai sumber data yang bisa dimanfaatkan untuk menafsirkan, menguji sesuatu yang terjadi (Arikunto, 2002: 108).

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data sebagai bentuk bukti berupa suatu keadaan yang ada secara langsung berdasarkan macam atau jenisnya.

F. Keabsahan Data

1. Keabsahan Data

Validitas atau pengabsahan data merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek peneliti dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2006: 274). Agar bisa diketahui apakah data yang kumpulkan dan diperoleh dari hasil penelitian betul-betul sudah valid dan bisa dipertanggungjawabkan, maka harus dilakukan pengecekan kembali secara cermat dan teliti (*easy check*), agar penelitian yang telah dilakukan tidak sia-sia. Adapun cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data. Triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain untuk pengecekan sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh, yaitu :

a. Triangulasi Sumber

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah melalui beberapa sumber. Pengujian ini untuk mengetahui apakah ada persamaan atau perbedaan data dari beberapa sumber yang ada (Sugiyono, 2006: 38).

b. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kesumber data yang sama, tetapi menggunakan teknik yang berbeda. Pengujian dengan triangulasi teknik ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya persamaan atau perbedaan data yang diperoleh peneliti jika dilakukan dengan teknik yang berbeda. Misalnya, ada perbedaan antara hasil wawancara dengan data dari observasi atau dokumentasi. Bisa jadi semua data yang diperoleh peneliti semuanya benar, ada perbedaan data karena perbedaan sudut pandang (Sugiyono, 2013: 39).

c. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari saat nara sumber masih segar dan belum banyak masalah akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Data wawancara akan berbeda jika dilakukan di siang dan sore hari, dimana informan sudah merasa capek dalam melakukan aktivitas sehingga berpengaruh dalam memberikan data kepada peneliti. Dengan kata lain informasi yang diharapkan oleh peneliti bisa menjadi bias atau kurang jelas jika tidak dilakukan di waktu yang tepat (Sugiyono, 2013: 40).

G. Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyusun, mencari pola atau tema dengan tujuan untuk mengetahui maknanya. Menyusun data berarti pengumpulan data atau menggolongkan untuk menjadi sebuah tema atau kategori sesuai yang di maksud.

Oleh karena itu analisis data kualitatif merupakan sistem yang sangat sistematis karena berangkatnya dimulai dari pengumpulan data, pengkategorian data, penyatuan data, perbandingan data dan penafsiran data. Dengan demikian penelitian kualitatif ini dapat menggunakan berbagai teknik pengembangan yang berbeda (Octaviani dan Sutriani 2019: 2).

a. Reduksi Data

Pada tahap ini dilakukan pemilihan apakah data tersebut relevan atau tidak untuk tujuan penelitian. Informasi dari lapangan sebagai bahan baku utama, disusun secara sistematis dan menyeleksi tujuan utama penelitian.

b. Display Data

Berusaha untuk mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan materi pelajaran, dimulai dengan ide atau pengkodean dari setiap sub masalah. Hal ini dapat disusun terlebih dahulu secara sistematis kedalam beberapa kategori, subkategori dapat dikembangkan sesuai dengan data yang diperoleh di lapangan.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Data

Kegiatan ini biasanya digunakan untuk mencari jawaban atas data yang dikumpulkan dengan mencari persamaan, perbedaan dan hubungan. Penarikan kesimpulan dengan membandingkan pernyataan makna yang terkandung dengan konsep dasar dalam penelitian. Verifikasi yaitu agar penilaian data sesuai dengan tujuan yang terkandung dalam konsep dasar dalam penelitian lebih tepat dan objektif.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya Mts Al-Amiriyyah Blokagung

Banyuwangi

Madrasah Tsanawiyah Al-Amiriyyah (MTs A) Blokagung adalah salah satu dari sekian unit pendidikan yang ada dibawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi yang merupakan anggota KKM MTs Negeri Sambirejo. MTs Al-Amiriyyah berdiri sejak tanggal 02 April 1968, dengan demikian sampai saat ini kurang lebih sudah berusia 43 tahun, pada tanggal 26 November 1983 mendapat akta pendirian dengan No.LM/3712-13/1983 dengan Nomor Statistik Madrasah (NSM): 121235100017 dan pada tahun 2003 memperoleh Nomor urut Sekolah (NUS) dari Dinas P dan K kota Banyuwangi dengan Nomor: 210210. Sejak berdirinya MTs AL-Amiriyyah sampai tahun 1980 masih mengikuti Program Kurikulum Madrasah Diniyyah (Madrasah yang ada di Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi), siswa-siswi dalam proses belajar-mengajar terpisah antara putra dan putri dan seragamnya masih menggunakan ala pondok pesantren yang menggunakan sarung dan sandal, materi pelajaran bercampur antara materi yang berasal dari Departemen Agama dengan materi yang berasal dari Diniyyah Pondok Pesantren. Namun seiring

dengan perkembangan zaman, situasi dan kemajuan teknologi, Keadaan pendidikan di MTs AL-Amiriyyah juga mengalami perubahan baik dalam bidang proses belajar mengajar dan kerapian serta ketertiban pelaksanaan Proses Belajar Mengajar (PBM). Kepemimpinan MTs AL-Amiriyyah tahun 1979 sampai dengan 1982 di pimpin oleh KH. Ahmad Hisyam Syafa'at, S.Sos.I, M.H. Sebagai kepala sekolah pada tahun 1981-1982 MTs AL-Amiriyyah dengan perhatian Departemen Agama yang membina dan mengembangkan pendidikan yang ada di dalam Pondok Pesantren, sejak itu MTs AL-Amiriyyah mengikuti kurikulum Departemen Agama, sekaligus peserta didiknya berhak mengikuti Ujian Negara.

B. Profil Lembaga

1. Kondisi Geografis

MTs Al-Amiriyyah terletak di desa Karangdoro dan berada dalam lingkungan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. Anak didik/ siswa yang berasal dari Kecamatan lain dan luar Jawa, untuk menjangkau MTs Al-Amiriyyah diharuskan untuk mukim/ bertempat tinggal di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung/ pesantren sekitarnya. Letak strategis ini akan lebih komplit bila menengok keberadaan MTs Al-Amiriyyah, yang berada kawasan Banyuwangi selatan tepatnya arah barat laut dari pusat Kota Banyuwangi.

2. Identitas Madrasah

1. Nama Madrasah : MTs Al Amiriyyah
2. Jenis Madrasah : SLTP
3. Nomor Statistik Madrasah : 121235100017
4. Nomor Urut Sekolah : 210210
5. NPSN : 20581701
6. Alamat Madrasah
 - a. Dusun : Blokagung
 - b. Desa : Karangdoro
 - c. Kecamatan : Tegalsari
 - d. Kabupaten : Banyuwangi
 - e. Propinsi : Jawa Timur
 - f. Kode Area/ No.Telp/e-mail : (0333) 84597
mts.alamiriyyah@ymail.com
 - g. Kode Pos : 68485 Jajag
7. Jarak Lokasi ke Ibu Kota
 - a. a. Desa : 01 Km
 - b. b. Kecamatan : 10 Km
 - c. d. Kabupaten : 55 Km
 - d. e. Propinsi : 305 Km
8. Tahun berdiri : 02 April 1968
9. Pendiri : Yayasan Pondok Pesantren
Darussalam

10. Status Madrasah : Terakreditasi – A
11. piagam : Depag RI Wilayah
Jawa Timur
- a. Nomor : 175/BAP-S/M/SK/X/2015
- b. Tanggal : Surabaya, 27 Oktober 2015
12. Waktu Belajar : Pagi Hari
13. Kurikulum Yang Digunakan : Departemen Agama dan
Yayasan (Kurikulum 2013)

MTs Al Amiriyyah merupakan salah satu MTs Swasta terbanyak siswanya di Banyuwangi dengan jumlah siswa 4 tahun terakhir adalah :

Tabel 4.1 Jumlah Siswa MTs Tahun 2014-2021

Tahun pelajaran	KELAS VII		KELAS VIII		KELAS IX		JUMLAH
	LK	PR	LK	PR	LK	PR	LK & PR
2014/2015	172	178	203	183	161	137	1034
2015/2016	198	174	185	189	176	182	1104
2016/2017	175	146	177	153	155	185	991
2017/2018	180	134	150	144	158	152	918
2018/2019	182	184	175	137	144	135	957
2019/2020	201	181	159	171	130	133	975
2020/2021	188	175	197	173	150	169	1.052

Sumber: Dokumentasi MTs Al-Amiriyyah Blokagung Maret 2022

Yang terbagi menjadi 34 Rombel (Rombongan Belajar) pada tahun 2020-2021.

Sejak berdirinya MTs Al Amiriyyah sampai tahun 1980 masih mengikuti Program Kurikulum Madrasah Diniyyah (Madrasah yang ada di Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi), siswa-siswi dalam proses belajar-mengajar terpisah antara putra dan putri dan seragamnya masih menggunakan ala pondok pesantren yang menggunakan sarung dan sandal,

materi pelajaran bercampur antara materi yang berasal dari Departemen Agama dengan materi yang berasal dari Diniyyah Pondok Pesantren. Namun seiring dengan perkembangan zaman, situasi dan kemajuan teknologi, keadaan pendidikan di MTs Al-Amiriyyah juga mengalami perubahan baik dalam bidang proses belajar mengajar dan kerapian serta ketertiban pelaksanaan Proses Belajar Mengajar (PBM).

Kepemimpinan MTs Al-Amiriyyah tahun 1979 sampai dengan 1982 di pimpin oleh KH. Ahmad Hisyam Syafa'at, S.Sos.I, M.H. Sebagai kepala sekolah pada tahun 1981-1982 MTs Al-Amiriyyah dengan perhatian Departemen Agama yang membina dan mengembangkan pendidikan yang ada di dalam Pondok Pesantren, sejak itu MTs Al-Amiriyyah mengikuti kurikulum Departemen Agama, sekaligus peserta didiknya berhak mengikuti Ujian Negara.

Departemen Agama dengan segala perhatiannya pada tahun 1981 mengirim bantuan guru ke MTs Al-Amiriyyah, beliau adalah Bapak Djoko Supriyono, S.Ag, M.Pd.I yang dinasnya terhitung 01 Agustus 1981 dengan S.K Ka Depag Kabupaten Banyuwangi Nomor: Min.26/1a/Agustus/81. Mulai tahun 1983-1984 dipercaya sebagai Kepala Sekolah MTs Al-Amiriyyah Pon-Pes Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi sampai dengan tahun 1994, kemudian beliau ditugaskan di Madrasah Aliyah Al-Amiriyyah, kepala sekolah MTs Al Amiriyyah ditugaskan kepada Drs. M. Khozin Kharis 1994 sampai tahun 2000. kemudian pada tahun 2001 beliau ditugaskan ke Madrasah Aliyah Al-Amiriyyah dan Kepala MTs Al-Amiriyyah pada tahun 2001 sampai dengan

2008 dikepalai oleh Drs. Muh. Nuchi, M.Pd.I, kemudian setelah itu digantikan oleh Bapak Masrofi, M.Pd.I Dan pada tahun 2019 digantikan oleh Bpk Ahmadi, M.Pd.I sampai sekarang.

C. Visi dan Misi MTs Al-Amiriyyah Darussalam Blokagung Banyuwangi

Adapun Visi dan Misi di MTs Al-Amiriyyah Adalah Sebagai Berikut :

VISI : Unggul dalam kompetensi agama, akademik, *life skill* dan berakhlakul karimah.

MISI :

- a. Membekali pengetahuan agama islam yang kuat.
- b. Meningkatkan kesadaran diri siswa atas tugas dan kewajiban beribadah.
- c. Meningkatkan kualitas tingkat kelulusan.
- d. Mengenalkan dan membekali siswa dengan keterampilan kecakapan hidup.
- e. Mengamalkan dan melaksanakan budaya akhlakul karimah dalam kehidupan sehari-hari

D. Program dan Schedule Sekolah

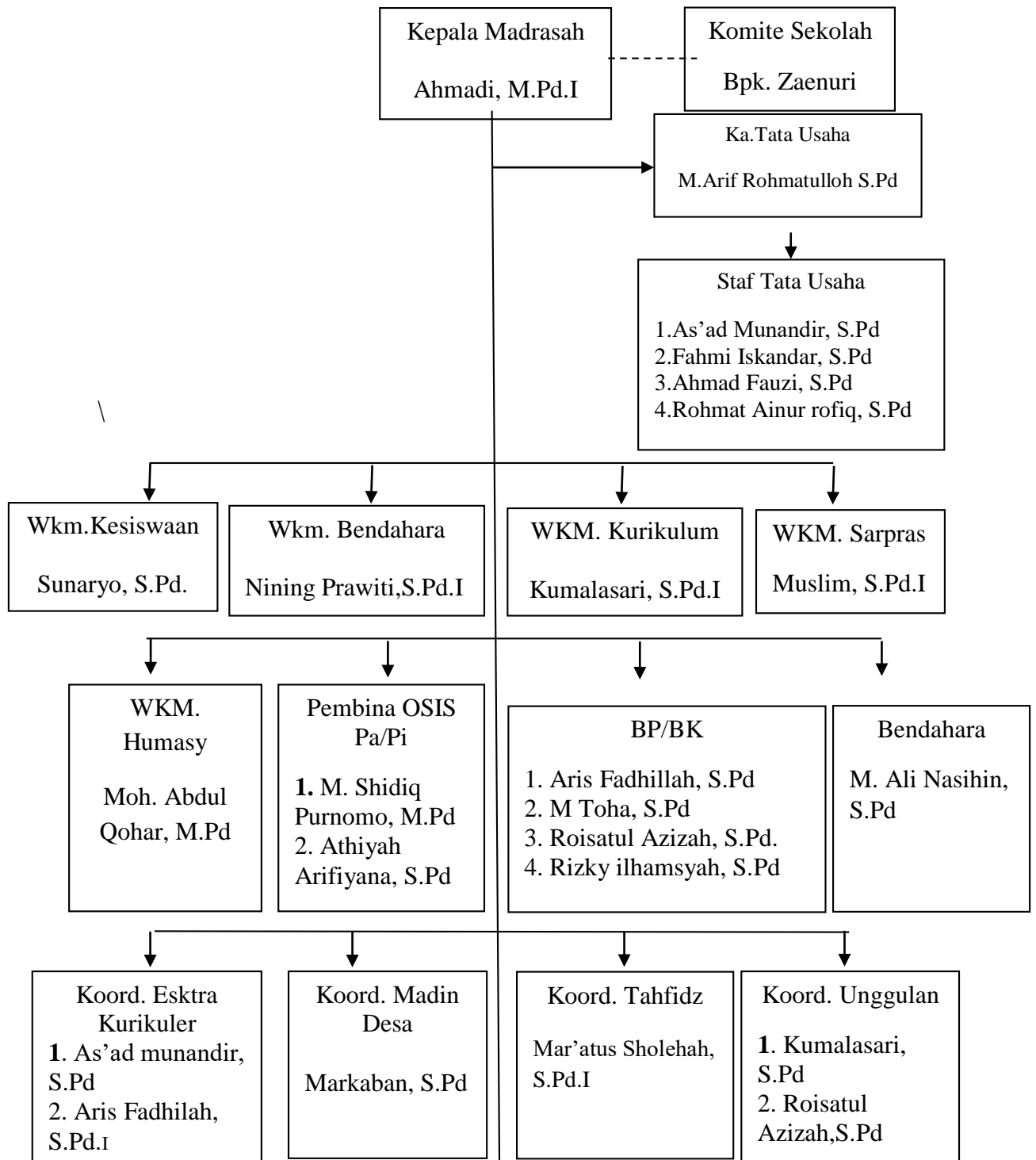
Tabel 4.2 Program dan Schedule Sekolah

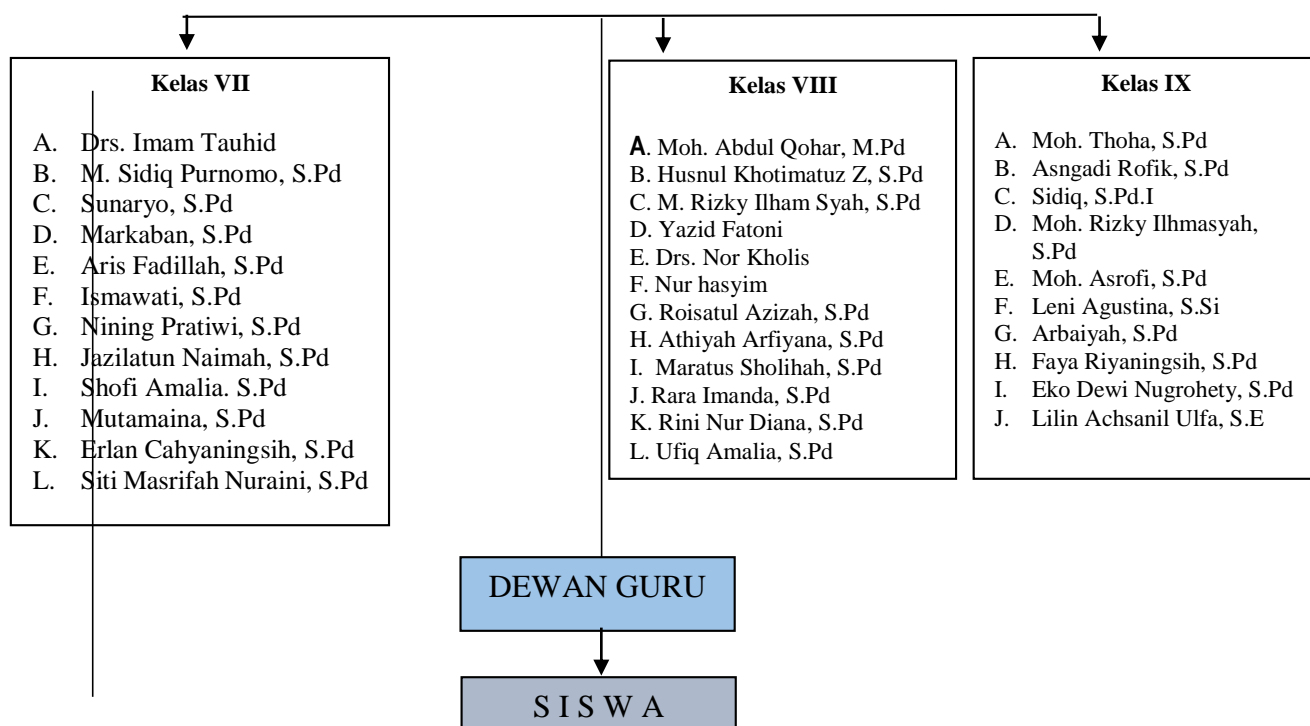
No	Tanggal	Jenis Kegiatan	
		Kelas IX	Kelas VII dan VIII
1	02 jun-30 Jun '20	Libur	Libur
2	14-31 Jul '20	Jam Efektif	Jam Efektif
3	01-08 Nov '20	Bimbingan UAN	Jam Efektif
4	09-14 Nov '20	Midle Semester	Midle Semester
5	15 Nov – 12 Des '20	Jam Efektif	Jam Efektif
6	12-18 Des '20	Semester Ganjil	Semester Ganjil
7	19 Jan – 01 Feb '1	Jam Efektif	Jam Efektif
8	02 – 05 Feb '21	Try Out I	Jam Efektif
9	06 – 28 Feb '21	Jam Efektif	Jam Efektif
10	02 – 05 Mar '21	Try Out II	Jam Efektif
11	06 – 07 Mar '21	Jam Efektif	Jam Efektif
12	08 – 17 Mar '21	Libur Maulid	Libur Maulid
13	18 – 22 Mar '21	Jam Efektif	Jam Efektif
14	23 – 26 Mar '21	Try Out III	Jam Efektif
15	27-29 Mar '21	Jam Efektif	Jam Efektif
16	30 Mar - 04 Apr '21	Semester Genap	Jam Efektif
17	05 – 06 Apr '21	Ujian Susulan	Jam Efektif
18	07 – 26 Apr '21	Jam Efektif	Jam Efektif
19	27 – 30 Apr '21	UAN '20	Libur
20	01 – 03 Apr 21	Jam Efektif	Jam Efektif
21	04 – 07 Apr '21	Ujian Susulan	Jam Efektif
22	08 – 14 Apr '21	Ujian Praktek	Jam Efektif
23	15 – 20 Mei '21	UAM	Libur
24	21 – 23 Mei '21	UAY	Libur
25	15 – 21 Jun '21	Libur	Semester Genap
26	22 – 23 Jun '21	Libur	Remidi / Susulan
27	24 Jun '21	Sidang Kelulusan Yayasan	Sidang Kenaikan Kelas
28	25 Jun '21	Libur	Pembagian Raport

Sumber: Dokumentasi MTs Al-Amiriyyah Maret 2022

E. Struktur Organisasi Sekolah

Gambar 4.1 Struktur Organisasi MTs Al-Amiriyyah Blokagung Tahun Ajaran 2020/2021





Sumber: Dokumentasi MTs Al-Amiriyyah Blokagung, Februari 2022

Keterangan :

----- : Garis kerja Sama (Koordinasi)

—————> : Garis perintah

F. Job Discription

1. Kepala Sekolah

Kepala Sekolah *bertugas dan berfungsi* sebagai Edukator, Manager, Administrator dan Supervisor, Pemimpin/Leader Inovator

a. Kepala Sekolah Selaku Edukator

Kepala Sekolah selaku edukator bertugas melaksanakan proses belajar mengajar secara efektif dan efisien (lihat tugas guru)

b. Kepala Sekolah Selaku Manager:

- a. Menyusun perencanaan.
- b. Mengorganisasikan kegiatan.
- c. Mengarahkan kegiatan.
- d. Mengkoordinasikan kegiatan.
- e. Melaksanakan pengawasan.
- f. Melakukan evaluasi terhadap kegiatan.
- g. Menentukan kebijaksanaan.
- h. Mengadakan rapat.
- i. Mengambil keputusan.
- j. Mengatur proses belajar mengajar.
- k. Mengatur Administrasi, Ketatausahaan, Siswa, Ketenagaan, Sarana dan Prasarana, Keuangan/RAPBS.
- l. Mengatur Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS).
- m. Mengatur hubungan sekolah dengan masyarakat dan instansi terkait.

c. Kepala Sekolah Selaku Administrator

- a. Perencanaan
- b. Ketatausahaan
- c. Bimbingan Konseling
- d. Pengorganisasian
- e. Ketenagaan
- f. UKS
- g. Pengarahan
- h. Kantor
- i. OSIS
- j. Pengkoordinasian
- k. Keuangan
- l. Serbaguna
- m. Pengawasan
- n. Perpustakaan
- o. Media
- p. Kurikulum
- q. Laboratorium
- r. Gudang
- s. Kesiswaan
- t. Ruang Ketrampilan

- d. Kepala Sekolah Selaku Supervisor
 - a. Proses belajar mengajar
 - b. Kegiatan bimbingan dan konseling
 - c. Kegiatan ekstrakurikuler
 - d. Kegiatan ketatausahaan
 - e. Kegiatan kerjasama dengan masyarakat dan instansi terkait
 - f. Sarana dan prasarana
 - g. Kegiatan OSIS
- e. Kepala Sekolah Sebagai Pemimpin/Leader
 - a. Dapat dipercaya, jujur dan bertanggung jawab
 - b. Memahami kondisi guru
 - c. Memiliki visi dan misi sekolah
- f. Kepala Sekolah Sebagai Inovator
 - 1. Melakukan pembaharuan dibidang :
 - a. KBM
 - b. BK
 - c. Ekstrakurikuler
 - d. Pengadaan
 - 2. Melaksanakan pembinaan guru dan karyawan
 - 3. Melakukan pembaharuan dalam menggali sumber daya di BP 3 dan masyarakat

g. Kepala Sekolah Sebagai Motivator

- a. Mengatur ruang kantor yang kondusif untuk bekerja
- b. Mengatur ruang kantor yang kondusif untuk KBM / BK
- c. Mengatur ruang laboratorium yang kondusif untuk praktikum
- d. Mengatur ruang perpustakaan yang kondusif untuk belajar
- e. Mengatur halaman / lingkungan sekolah yang sejuk dan teratur
- f. Menciptakan hubungan kerja yang harmonis sesama guru dan karyawan
- g. Menciptakan hubungan kerja yang harmonis antar sekolah dan lingkungan
- h. Menerapkan prinsip penghargaan dan hukuman. Dalam melaksanakan tugasnya. Kepala sekolah dapat mendelegasikan kepada wakil kepala sekolah

2. Pustakawan Sekolah

Pustakawan sekolah membantu kepala sekolah dalam kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

- a. Perencanaan pengadaan buku-buku / bahan pustaka / media elektronik
- b. Pengurusan pelayanan perpustakaan
- c. Perencanaan pengembangan perpustakaan
- d. Pemeliharaan dan perbaikan buku-buku / bahan pustaka / media elektronik

- e. Inventarisasi dan pengadministrasian buku-buku / bahan pustaka / media elektronik
- f. Melakukan layanan bagi siswa, guru dan tenaga kependidikan lainnya, serta masyarakat
- g. Penyimpanan buku-buku / bahan pustaka / media elektronik
- h. Menyusun tata tertib perpustakaan
- i. Menyusun laporan pelaksanaan kegiatan perpustakaan secara berkala

3. Wakil Kepala Sekolah

Wakil kepala sekolah membantu kepala sekolah dalam kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

- a. Menyusun perencanaan, membuat program kegiatan dan pelaksanaan program
- b. Pengorganisasian
- c. Pengarahan
- d. Ketenangan
- e. Pengeordinasian
- f. Pengawasan
- g. Penilaian
- h. Identifikasi dan Pengumpulan data
- i. Penyusunan laporan

4. Kurikulum

- a. Menyusun dan menjabarkan kalender pendidikan
- b. Menyusun pembagian tugas dan jadwal pelajaran
- c. Mengatur program penyusunan program pengajaran (program catur wulan, program satuan pelajaran, dan persiapan mengajar, penjabaran dan penyesuaian kurikulum
- d. Mengatur pelaksanaan kegiatan kurikuler dan ekstra kurikuler
- e. Mengatur pelaksanaan program penilaian kriteria kenaikan kelas, kriteria kelulusan, dan laporan kemajuan belajar siswa, serta pembagian raport dan STTB
- f. Mengatur pelaksanaan program perbaikan dan pengajaran
- g. Mengatur pemanfaatan lingkungan sebagai sumber belajar
- h. Mengatur pengembangan MGMPP dan koordinator mata pelajaran
- i. Mengatur mutasi siswa
- j. Melakukan supervisi administrasi dan akademis
- k. Menyusun laporan

5. Bendahara

- a. Mengurus pemasukan uang termasuk BP3
- b. Mengurus pengeluaran / penggunaan termasuk gaji / honor / kegiatan siswa

6. Kesiswaan

- a. Mengatur program pelaksanaan bimbingan dan konseling
- b. Mengatur dan mengkoordinasikan pelaksanaan 7K (Keamanan, Kebersihan, Ketertiban, Keindahan, Kekeluargaan, Kesehatan dan kerindangan)
- c. Mengatur dan membina program kegiatan OSIS meliputi kepramukaan, Palang Merah Remaja (PMR), Kelompok Ilmiah Remaja (KIR), Usaha Kesehatan Sekolah (UKS), Patroli Keamanan Sekolah (PKS) dan Paskibraka
- d. Mengatur program pesanten kilat
- e. Menyusun dan mengatur pelaksanaan pemilihan siswa teladan sekolah
- f. Menyelenggarakan cerdas cermat, olah raga prestasi
- g. Menyeleksi calon untuk diusulkan mendapat beasiswa

7. Sarana Prasarana

- a. Merencanakan kebutuhan sarana prasarana untuk menunjang proses belajar mengajar
- b. Merencanakan program pengandaannya
- c. Mengatur pemanfaatan sarana dan prasarana
- d. Mengelola perawatan, perbaikan dan pengisian
- e. Mengatur pembakuannya
- f. Menyusun laporan

8. Hubungan dengan Masyarakat

- a. Mengatur dan mengembangkan hubungan dengan BP3 dan peran BP3
- b. Menyelenggarakan bakti sosial, karyawisata
- c. Menyelenggarakan pameran hasil pendidikan di sekolah (gebyar pendidikan)
- d. Menyusun laporan

9. Laborat

Mengelola laboratorium membantu kepala sekolah dalam kegiatan kegiatan sebagai berikut :

- a. Perencanaan pengadaan alat dan bahan laboratorium
- b. Menyusun jadual dan tata tertib penggunaan laboratorium
- c. Mengatur penyimpanan dan daftar alat-alat laboratorium
- d. Memelihara dan perbaiki alat-alat laboratorium
- e. Inventarisasi dan pengadministrasian peminjam alat-alat laboratorium
- f. Menyusun laporan pelaksanaan kegiatan laboratorium

10. Guru

Guru bertanggung jawab kepada kepala sekolah dan mempunyai tugas melaksanakan kegiatan proses belajar mengajar secara efektif dan efisien

Tugas dan tanggung jawab seorang guru meliputi :

1. Membuat perangkat program pengajaran :
2. Melaksanakan kegiatan pembelajaran
3. Melaksanakan kegiatan penilaian proses belajar, ulangan harian, ulangan umum, ujian akhir
4. melaksanakan analisis hasil ulangan harian
5. Menyusun dan melaksanakan program perbaikan dan pengayaan
6. mengisi daftar nilai siswa
7. Melaksanakan kegiatan membimbing (pengimbasan pengetahuan) kepada guru lain dalam proses kegiatan belajar mengajar
8. Membuat alat pelajaran/alat peraga
9. Menumbuh kembangkan sikap menghargai karya seni
10. Mengikuti kegiatan pengembangan dan pemasyarakatan kurikulum
11. Melaksanakan tugas tertentu di sekolah
12. Mengadakan pengembangan program pengajaran yang menjadi tanggung jawabnya
13. Membuat catatan tentang kemajuan hasil belajar siswa
14. Mengisi dan meneliti daftar hadir siswa sebelum memulai pengajaran
15. Mengatur kebersihan ruang kelas dan ruang praktikum
16. Mengumpulkan dan menghitung angka kredit untuk kenaikan pengkatnya.

11. Wali Kelas

Wali kelas membantu kepala sekolah dalam kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

- a. Pengelolaan kelas
- b. Penyelenggaraan administrasi kelas meliputi
 - a. Denah tempat duduk siswa
 - b. Papan absensi siswa
 - c. Daftar pelajaran kelas
 - d. Daftar piket kelas
 - e. Buku absensi siswa
 - f. Buku kegiatan pembelajaran/buku kelas
 - g. Tata tertib siswa
- c. Penyusunan pembuatan statistik bulanan siswa
- d. Pengisian daftar kumpulan data nilai siswa (legger)
- e. Pembuatan catatan khusus tentang siswa
- f. Pencatatan mutasi siswa
- g. Pengisian buku laporan penilaian hasil belajar
- h. Pembagian buku laporan penilaian hasil belajar

12. Guru Bimbingan dan Konseling

Bimbingan dan konseling membantu kepala sekolah dalam kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

- a. Penyusunan program dan pelaksanaan bimbingan dan konseling
- b. Koordinasi dengan wali kelas dalam rangka mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh siswa tentang kesulitan belajar
- c. Memberikan layanan dan bimbingan kepada siswa agar lebih berprestasi dalam kegiatan belajar
- d. Memberikan saran dan pertimbangan kepada siswa dalam memperoleh gambaran tentang lanjutan pendidikan dan lapangan pekerjaan yang sesuai
- e. Mengadakan penilaian pelaksanaan bimbingan dan konseling
- f. Menyusun statistik hasil penilaian bimbingan dan konseling
- g. Melaksanakan kegiatan analisis hasil evaluasi belajar
- h. Menyusun dan melaksanakan program tindak lanjut bimbingan dan konseling
- i. Menyusun laporan pelaksanaan bimbingan dan konseling

13. Kepala Tata Usaha

Kepala tata usaha sekolah mempunyai tugas melaksanakan ketatausahaan sekolah, dan bertanggung jawab kepada kepala sekolah dalam kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

- a. Menyusun program kerja tata usaha sekolah
- b. Pengelolaan keuangan sekolah
- c. Pengurusan administrasi ketenagaan dan siswa
- d. Pembinaan dan pengembangan karir pegawai tata usaha sekolah
- e. Penyusunan administrasi perlengkapan sekolah

- f. Penyusunan dan penyajian data/statistik sekolah
- g. Mengkoordinasikan dan melaksanakan 7K
- h. Penyusunan laporan pelaksanaan kegiatan pengurusan katata usahaan secara berkala

G. Data Guru Dan Karywan

a. Data Guru Dan Karyawan

Tabel 4.3 Data Guru dan Karyawan MTs Al Amiriyyah Blokagung

No	NAMA GURU	Pelajaran
1	Masrofi, S.Pd.I.M.Pd.I	Aqidah Akhlaq
2	Drs. Imam Tauhid	IPS Terpadu
3	M. Shidiq Purnomo, S.Pd	IPS
4	Leni Agustina, S.Si	IPA Terpadu
5	Ahmadi, S.Pd.I.M.Pd.I	Qur'an Hadis
6	Nur Hasyim	Aqidah Akhlaq
7	Muh. Toha, S.Pd	B. Indonesia
8	Moh. Asrofi, S.Pd.I	IPS Terpadu
9	Waras, S.Pd.I	B. Arab
		Ke-Nu-an
10	Erlan Cahyaningsih, S.Pd	Matematika
11	Rijalawanur. SPd	Matematika
12	Eko Dewi Nugrohety, SPd	PPKn
		B. Inggris
13	Drs. Nur Kholis	Penjaskes
14	Hadrotun Ni'mah, S.Ag	Fiqih

		B. Indonesia
15	Muslimin, S.Pd.I	B. Arab
16	As'adi Rofik, S.Pd	B. Indonesia
17	Leni Agustin, S.Pd	IPA Terpadu
18	Aris Fadillah, S.Pd.I	SKI
		PPKn
19	Sholehan, S.Pd.I	Fiqih
		Ke-Nu-an
20	Sunaryo, S.Pd	B. Inggris
21	Kumalasari, S.Pd	IPA Terpadu
22	M. Ali Nasihin, S.Pd	Komputer
23	Shofi Amalia, S. Pd	Qur'an Hadis
		IPS Terpadu
24	Moh. Abdul Qohar, S.Pd	Matematika
25	Siti Masrifah Nuraini, S.Pd	B. Arab
26	Moh Sidiq Purnomo, M.Pd	Aqidah Akhalq
27	Muh. Rizky Ilhamsyah	Penjaskes
28	Mar'atus Sholihah, S.Pd	B. Indonesia
29	Arbaiyyah, S.Pd	Bhs. Inggris
30	Nining Pratiwi, S.Si	IPA Terpadu
31	Rini Nur Diana, S.Pd	B. Inggris
		Prakarya/SBK
32	Roisatul Azizah, S.Pd	Matematika
33	Mutmainnah, S.Pd	Matematika
		PPKn
34	Jazilatun Naimah, S.Pd	IPS/Pramukla

35	Atiyah Arifiyana	B. Inggris
36	Harun Afandi	PPKN/Prmuka
37	Markaban, S.Pd	B Indonesia
38	M. Arif Rahmatullah, S.Pd	Ka. TU/B Inggris
39	Ahmad Sa'ad , S.Pd	Staf TU
40	Moh. Fatoni	Staf TU
41	Markaban, S.Pd	Staf TU
42	Rohmat ainur rofiq, S.Pd	Staf TU

Sumber: Dokumentasi MTs Al-Amiriyyah Blokagung, Februari 2022.

b. Hubungan kerja/pertanggungjawaban kerja

Hubungan kerja di MTs Al Amiriyyah itu hanya meliputi 2 hal yaitu

- 1) Hubungan kerja antara guru dengan Kepala sekolah
- 2) Hubungan kerja antara guru dengan guru yang lainnya

Sedangkan pertanggung jawaban kerja yang ada di MTs Al Amiriyyah itu hanya ada satu yaitu :

1. Pertanggung jawaban antara guru dengan Kepala sekolah
Pertanggung jawaban ini meliputi dalam hal :
 - a. Pembuatan laporan perangkat pembelajaran seperti :
 - 1) APP
 - 2) Program tahunan
 - 3) Program semester
 - 4) Program satuan pelajaran
 - 5) Program rencana pengajaran
 - 6) Program mingguan guru

b. Keaktifan siswa

c. Dan lain-lain

c. Pengkoordinasian (*Coordinating*)

1) Keseimbangan peran guru dan karyawan sekolah

Setiap organisasi itu pasti mempunyai kegiatan-kegiatan tersendiri yang dapat memajukan organisasi tersebut sehingga orang-orang yang ada di organisasi tersebut mempunyai peran dan tugas sendiri-sendiri. Begitu juga dengan MTs Al Amiriyyah ini. Untuk mencapai agar kegiatan terlaksana dengan maksimal maka lembaga ini menyeimbangkan peran guru dan karyawan sekolah dalam artian saling kerja sama dan saling membantu antara guru dengan karyawan sehingga kegiatan yang ada di lembaga ini terlaksana dengan maksimal.

2) Penjadwalan kerja

Agar kerja sama antara guru dengan karyawan di MTs Al Amiriyyah ini dapat berjalan dengan baik, maka lembaga ini membuat jadwal piket dengan tujuan agar supaya kegiatan belajar mengajar dapat terlaksana dengan lancar dan tidak ada kelas yang kosong atau bisa dikatakan tidak ada kegiatan belajar mengajar. Adapun jadwal piketnya sebagai berikut :

JADWAL PIKET GURU

MTs Al Amiriyyah Tegalsari Banyuwangi

Tabel 4.4 Jadwal Piket Guru MTs Al Amiriyyah Tegalsari Banyuwangi

NO	HARI	NAMA
01	Senin	Drs. Imam Tauhid
02	Selasa	Rijala Wanur, S.Pd
03	Rabu	Ahmadi, S.Pd.I
04	Kamis	Nur Hasyim
05	Sabtu	Sunaryo, S.Pd
06	Ahad	Staf TU

Sumber: Dokumentasi MTs Al-Amiriyyah Blokagung, Februari 2022.

3) Penyelesaian masalah / penyamaan persepsi demi tujuan bersama

Organisasi yang merupakan satu kesatuan dari beberapa personel yang selalu punya tujuan dan program-program tertentu tidak akan pernah bisa berjalan dengan lancar tanpa adanya koordinasi antara satu dengan yang lain. Begitu juga dengan MTs Al Amiriyyah ini, untuk menyelesaikan masalah dan untuk menyamakan persepsi untuk mencapai tujuan bersama yang diinginkan, lembaga ini telah menetapkan pertemuan rutin setiap satu bulan sekali. Selain itu juga lembaga ini terbiasa mengadakan rapat dadakan jika ada kepentingan yang mendadak atau terburu-buru.

4) Pelaporan ke Dinas / Departemen

Demi untuk kemajuan bersama dan semakin tertanamnya rasa kekeluargaan, maka lembaga ini selalu melaporkan agenda belajarnya ke Dinas atau Departemen setiap akhir semester sekali

d. Pengawasan (Controlling)

1. Program supervisi Kepala Sekolah

Program supervisi Kepala Sekolah itu dibuat diawal tahun ajaran baru bersama-sama dengan Wakil Kepala Sekolah bersamaan dengan membuat RAPBS

2. Tujuan supervisi kepala sekolah

Adapun tujuan dari supervisi kepala sekolah yaitu untuk membuat kestabilan kinerja kepala sekolah serta bawahannya.

3. Pelaksanaan supervisi kepala sekolah

Pelaksanaan program supervise kepala sekolah tersebut diantaranya adalah :

- a) Jangka pendek Yaitu setiap satu bulan sekali dengan objek murid, guru dan wali murid.
- b) Jangka menengah yaitu setiap satu semester dan
- c) Jangka panjang yaitu setiap akhir tahun

4. Hasil supervisi kepala sekolah

Hasil dari supervisi kepala sekolah yaitu ditindak lanjuti untuk menyempurnakan program ajaran berikutnya dan sebagai laporan pengurus.

5. Supervisi oleh pengawas sekolah

Supervisi oleh pengawas sekolah itu diadakan setiap tri wulan dan ditindak lanjuti oleh semua guru.

H. Verevikasi Data Lapangan

Lembaga pendidikan MTs Al-Amiriyyah Blokagung menerapkan teori Implementasi Customer Relationship Management guna untuk mempermudah dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Seperti yang telah disebutkan dalam bab sebelumnya bahwasanya dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik wawancara. Wawancara tersebut ditujukan kepada Kepala Sekolah, Waka Humas, Staf atau Guru.

Berikut adalah hasil wawancara terkait dengan Implementasi Customer Relationship Management Dalam meningkatkan jumlah peserta didik.

1. Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) di Mts Al-Amiriyyah Blokagung. Berdasarkan Wawancara yang Peneliti ajukan Yaitu Sebagai Berikut:

- a) Moh. Abdul Qohar selaku waka humas di MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

“Dari awal berdirinya lembaga pendidikan ini sudah menerapkan CRM, melalui pertemuan dengan wali murid, pertemuan dengan wali murid ini sudah menjadi agenda tahunan dalam satu tahun diadakan pertemuan dengan wali murid itu sebanyak dua kali pertemuan guna untuk memberi informasi terkait lembaga ini” (Wawancara 27 Maret 2022).

- b) Ahmadi selaku Kepala sekolah MTs Al-Amiriyyah Blokagung.

“Lembaga ini sejak awal berdiri sudah melakukan pendekatan dengan masyarakat sekitar, guna untuk memperkuat lembaga dan mempermudah memberikan informasi” dan layanan (Wawancara 27 Maret 2022).

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa menjalin hubungan dengan masyarakat sangat penting guna untuk menciptakan kepercayaan terhadap lembaga tersebut. Dengan ini CRM di kembangkan oleh lembaga pendidikan untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang. CRM bertujuan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan pada masa yang akan datang dengan perencanaan yang tersistem dan baik, membantu lembaga pendidikan dalam meningkatkan pelayanan lebih baik yang dapat diberikan kepada pelanggan secara umum atau individu dan mendapatkan pelanggan baru dengan mudah.

2. Teknologi Yang Mendukung Keberlangsungan CRM

Berdasarkan pertanyaan wawancara yang telah peneliti berikan kepada staf terkait tentang :

- a) Rohmat Ainur Rofiq terkait “Apakah MTs Al-Amiriyyah Blokagung sudah optimal dalam penggunaan teknologi untuk berbagi informasi terhadap pelanggan”.

“kalau dibilang optimal rasanya masih kurang, kami masih harus banyak lagi melakukan inovasi sesuai dengan perkembangan zaman, sementara ini masih menggunakan media komunikasi diantaranya yaitu :

1. *WA Group (0812 3044 8889)*
2. *Telepon (0852 3113 3035)*
3. *Email (mts.alamiriyyah@gmail.com)*
4. *Facebook (MTs Al Amiriyyah Blokagung)*
5. *Instagram (mts.alamiriyyah)*
6. *Ujian berbasis komputer*
7. *Website (www.mts.alamiriyyah)*

“Dalam bidang teknologi MTs Al-Amiriyyah Blokagung masih menciptakan akun perseorangan yang berbasis aplikasi yang bisa di donload di play store. Yang katanya tidak lama lagi akan jadi. Aplikasi ini nantinya bisa diakses oleh pelanggan dalam mengakses informasi dan juga mengedit profil biodata pelanggan agar tidak ada kesalahan dalam input data pelanggan yang masuk” (Wawancara 27 Maret 2022).

- b) Bpk. Moh. Abdul Qohar selaku waka humas di MTs Al-Amiriyyah Blokagung “Apakah Mts Al-Amiriyyah Blokagung sudah optimal dalam penggunaan teknologi untuk berbagi informasi terhadap pelanggan”.

“MTs Al-Amiriyyah Blokagung melakukan komunikasi dengan wali santri atau pelanggan (alumni) menggunakan group yang sudah ditentukan oleh lembaga supaya informasi-informasi terbaru terkait lembaga dapat dijangkau dengan mudah” (Wawancara 27 Maret 2022).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa MTs Al-Amiriyyah Blokagung memberikan layanan real time sebagai bentuk komitmen yang telah disepakati bersama oleh pelanggan. MTs Al-Amiriyyah Blokagung memberikan ruang dan waktu bagi

pelanggan yang memiliki permasalahan atau keluhan, pihak sekolah akan menemukan solusi atau pemecahan keluhan sesuai dengan kebutuhannya.

Hubungan lembaga dengan pelanggan ini sangat intens, adanya media komunikasi seperti yang saya sebutkan diatas dapat memungkinkan sekolah untuk menggali informasi terkait apa yang disarankan dan diharapkan oleh pelanggan.

3. Berdasarkan Pertanyaan Wawancara Yang Peneliti Ajukan Terkait Dengan Layanan Yang Diberikan Lembaga Terhadap Pelanggannya.

a) Bapak Rohmat Ainur Rofiq selaku staf MTs Al-Amiriyyah Blokagung

“Pelayanan yang diberikan untuk pelanggan (tenaga pendidik, wali siswa dan peserta didik). Dari pelayanan peserta didik lembaga sudah ada 30 ekstra kulikuler terbaru dan ditambah 6 ruang kelas terpadu untuk ruang istimewa (Islamiah). Untuk karyawan pelayanan berupa komputer dan untuk wali murid tersedianya ruang untuk melapor atau memberi saran dan masukan” (Wawancara 27 Maret 2022).

b) Bapak Muslimin selaku ka. Tata Usaha MTs Al-Amiriyyah Blokagung

“Terkait dengan pelayanan pelanggan utamanya yaitu peserta didik, agar lebih menonjol ke bidang keagamaannya, dengan prosentase 70% pengetahuan agama harus dimiliki oleh seluruh peserta didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Dengan kata lain MTs Al-Amiriyyah Blokagung adalah lembaga yang berbasis pesantren dan masih menanamkan tradisi dengan karakter yang berhaluan Ahlu Sunnah Waljama'ah, untuk pelayanan terhadap wali siswa sudah ada group whatsapp untuk memberikan informasi-informasi penting terkait penerimaan peserta didik baru dari pihak lembaga juga bisa menerima saran dan masukan dari group” (Wawancara 27 Maret 2022).

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa MTs Al-Amiriyyah Blokagung ingin memberikan layanan prima kepada pelanggan. Upaya ini dilakukan oleh lembaga agar membuka jalur komunikasi dengan berbagai macam cara dengan pelanggan, selain itu untuk sbuah pemasaran sekolah biasanya lembaga menempatkan beberapa siswa di sekolah-sekolah lainya untuk memperkenalkan sekolahanya denga menampilkan bakat ekstra yang dimilikinya.

4. Berdasarkan Pertanyaan Wawancara Yang Peneliti Ajukan Terkait Penjelasan Mengenai Keberhasilan CRM di Mts Al-Amiriyyah Blokagung

a) Ahmadi selaku Kepala Sekolah di MTs Al-Amiriyyah Blokagung

“Cara yang dilakukan agar proses CRM berhasil diterapkan dalam bisnis lembaga yaitu melakukan sebuah perencanaan yang matang, mendefinisikan tujuan dan juga target penerapan hubungan pelanggan. Target yang diterapkan dalam MTs Al-Amiriyyah Blokagung yaitu perkembangan dalam jumlah peserta didik dan dapat menciptakan lulusan yang terbaik agar berguna di kalangan masyarakat melainkan dengan paham ilmu agama” (Wawancara 27 Maret 2022).

b) Sunaryo selaku kesiswaan di MTs Al-Amiriyyah Blokagung

“Menerapkan hubungan pelanggan untuk perkembangan lembaga yaitu dengan menggunakan media sosial sebagai alat sarana komunikasi dengan pelanggan (wali murid), menggunakan website dan aplikasi khusus untuk mempermudah pelanggan” (Wawancara 27 Maret 2022).

Berdasarkan dengan hasil wawancara diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa keberhasilan dan perkembangan CRM di MTs Al-Amiriyyah Blokagung yaitu dengan adanya kerjasama antara karyawan sehinggalah dapat mempermudah proses perkembangan lembaga ini, media

sosial adalah jembatan untuk mempermudah menjalin hubungan dengan pelanggan/ wali murid.

5. Jumlah PPDB MTs Al-Amiriyyah Blokagung dalam Tiga Tahun Terakhir.

Tabel 4.5 Jumlah Penerimaan Peserta Didik Baru MTs Al-Amiriyyah Blokagung

NO	TAHUN	JUMLAH
1	2019	408 Siswa
2	2020	387 Siswa
3	2021	457 Siswa

Sumber: Diolah Dari Data Mts Al-Amiriyyah Blokagung 2022

Pada tahun 2020 pada musim pandemi covid 19 jumlah siswa mengalami penurunan dikarenakan adanya keterbatasan aktivitas sebuah pembelajaran di sekolahan/ lembaga pendidikan.

6. Program Kegiatan CRM pada lembaga

Tabel 4.6 Program Kerja MTs Al Amiriyyah Blokagung

No	Program kerja MTs Al-Amiriyyah
1	Mengaktifkan WEB MTs Al Amiriyyah
2	Membuat group Wa Alumni MTsA
3	Rantang kasih
4	Membuat Team Media MTs Al Amiriyyah
5	MOU/Kerjasama dengan Media Darussalam
6	Membuat Buletin MTs A 2 bulan sekali
7	MTsA Scout Competition
8	Rapat Koordinasi dengan Yayasan & Komite
9	Kado Anak Yatim & Dhuafa
10	Membuat literasi/slogan belajar ditempat umum
11	Pertemuan Wali Murid VII
12	Anjongsana Pasca Ujian
13	Rekreasi Keluarga 2 tahun sekali
14	Mou/Kerjasama dengan Masyarakat
15	Mou/Kerjasama dengan TPQ
16	Mou/Kerjasama dengan KEMENAG
17	Festival Hadrah SD/MI/Sederajat
18	Mou/Kerjasama dengan KKG/ DIKNAS
19	Mou/Kerjasama dengan MUSLIMAT
20	Mou/Kerjasama dengan DUNIA KERJA
21	Kado Guru Hebat
22	Mou/Kerjasama dengan DUNIA USAHA
23	Mou/Kerjasama dengan PEMDES/PEMKAB
24	Pertemuan Wali Murid VIII
25	PPL (Praktik Pengalaman Lapangan) Unggulan
26	Pameran Hasil Pendidikan/Karya Siswa
27	Pertemuan Wali Murid IX
28	Kegiatan ESQ
29	Kunjungan Sosial
30	Program Bakti Sosial
31	Islamic English and Sains Olympiad (IESO)
32	PKL (Praktik Kerja Lapangan) Unggulan
33	Mou/Kerjasama dengan KEPALA PESANTREN PA & PI
34	Mou/Kerjasama dengan KEPALA ASRAMA
35	Mou/ Kerjasama dengan KATUA ORDA (Maulud & Ramadhan)
36	PKL (Praktik Kerja Lapangan) Regular

37	Saresehan Alumni MTs Al Amiriyyah
38	Festival Ramadhan
39	Halal Bihalal Guru MTs Al Amiriyyah

Sumber: Diolah Dari Dokumentasi Mts Al-Amiriyyah Blokagung 2022

BAB V

PEMBAHASAN

A. *Customer Relationship Managemet* (CRM) di MTs Al-Amiriyah Blokagung

Al-Qur'an menekankan bahwa dalam bisnis tidak dilakukan dengan Metode yang mengandung kepalsuan, korupsi dan ketidakadilan, di sisi lain, harus dilakukan dengan kesadaran dan sukarela. Al-Qur'an dalam mengajak manusia untuk beriman dan mengamalkan tuntutannya dalam segala aspek kehidupan seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis, seperti jual beli, untung rugi dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah At-taubah ayat 111.

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنْفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدَا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Artinya : Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin, baik diri maupun harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang di jalan Allah; sehingga mereka membunuh atau terbunuh, (sebagai) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil, dan Al-Qur'an. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya selain Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan demikian itulah kemenangan yang agung.

Pada ayat tersebut, dapat diterangkan bahwa mereka yang tidak ingin melakukan aktivitas kecuali mencari keuntungan. Di layani dalam Al-Qur'an, dengan menawarkan pertukaran yang tidak mengenal kerugian dan tipu daya.

Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara iman dan aktivitas seperti hubungan antara akar tanaman dan buahnya. Berbisnis dilakukan setelah beribadah dan dalam arti tidak menutup kemungkinan dan tujuan keuntungan yang sebenarnya adalah keuntungan yang dijanjikan oleh Allah SWT. Al-Qur'an menjelaskan bahwa dorongan yang harus lebih besar untuk dorongan bisnis yaitu untuk mendapatkan ridhonya Allah SWT.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep CRM dan Implementasi Customer Relationship Management di MTs Al-Amiriyah Blokagung, seperti yang sudah peneliti analisis di atas, dan ternyata menemukan banyak sekali informasi mengenai CRM di MTs Al-Amiriyah Blokagung.

Menurut beberapa tokoh CRM merupakan pendekatan serangkaian keterpaduan kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi, menarik, memperoleh dan mempertahankan pelanggan (Eka, 2014: 28).

Keberhasilan Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MTs Al-Amiriyah Blokagung peneliti menggunakan teori Gordon (Gordon, 2002).

Keberhasilan pelaksanaan CRM yang dikemukakan oleh Gordon dapat dilihat dari pengukurannya, ada empat indikator yang dikemukakan oleh Gordon yaitu:

a. Teknologi

Teknologi (*technology*) yaitu suatu teknologi yang sangat mendukung keberlangsungan proses CRM pada suatu perusahaan atau organisasi.

b. Orang

Orang (*people*) meliputi kemampuan, keahlian dan keterampilan sikap dalam mengatur CRM pada sebuah perusahaan atau organisasi.

c. Proses

Proses (*process*) proses yang digunakan perusahaan dalam mengakses atau berinteraksi terhadap pelanggan agar menciptakan nilai-nilai baru dan kepuasan.

d. Pengetahuan dan pemahaman

Pengetahuan dan pemahaman (*knowledge and insight*) sebuah pendekatan yang digunakan pada perusahaan agar memperoleh informasi data konsumen sehingga dapat memperoleh pemahaman atau pengetahuan yang diperlukan untuk memperdalam hubungan dengan pelanggan.

Hasil wawancara ini akan dijabarkan secara sistematis dengan memaparkan setiap kategori yang ada didalam fokus penelitian, berikut adalah merupakan pemaparan hasil wawancara dari penelitian :

1. Orang (*people*)

Dalam dimensi ini orang (*People*) pada Implementasi *Customer Relationship Management* di MTs Al-Amiriyyah Blokagung yaitu para karyawan menjadi peran keberlangsungannya CRM dalam peningkatan jumlah peserta didik yang di pimpin oleh Bpk Ahmadi (kepala sekolah).

2. Proses

Adapun proses pengimplementasikan CRM dalam meningkatkan jumlah peserta didik harus melakukan survey kepuasan pelanggan terhadap wali murid sebagai konsumen utama MTs Al-Amiriyyah Blokagung. Sekaligus melakukan evaluasi untuk menentukan program kerja pada setiap tahunnya. Untuk menjamin kepuasan pelanggan setiap tahunnya sebelum melakukan PPDB, sekolah juga melakukan survey kepuasan pelanggan terhadap wali murid selaku konsumen utama sekaligus sebagai bahan evaluasi untuk menentukan program kerja pada tahun selanjutnya.

3. Teknologi

MTs Al-Amiriyyah Blokagung memiliki beberapa strategi dalam menghadapi hambatan dan menarik pelanggannya yang mana strategi tersebut melalui internet, sosial media, membuat pamflet, brosur, membuat even akademis dan non akademis serta kunjungan alumni.

4. Pemahaman dan Wawasan

Untuk mendapatkan pelanggan yang loyal lembaga pendidikan memerlukan menerapkan teori CRM dengan menggunakan teori tersebut sekolah bisa mengidentifikasi apa yang menjadi keluhan, kebutuhan, dan harapan yang akan datang dari pelanggan. CRM dikembangkan oleh sekolah untuk memberikan tingkat kepuasan pelanggan (pegawai, murid dan wali murid) sehingga akan tetap kembali memakai jasa yang ditawarkan, dengan pelayanan prima yang diberikan oleh lembaga

pendidikan (sekolah) akan membuka peluang bagi lembaga menjadi pemenang dalam persaingan.

B. Implementasi *Customer Relationship Management* CRM di Mts Al-Amiriyah Blokagung

Implementasi *Customer Relationship Management* merupakan strategi bisnis untuk mempertahankan dan memperoleh lembaga dalam jangka panjang dengan cara memberi kemudahan bagi peserta didik atau calon peserta didik dalam memperoleh informasi melalui internet, selain itu MTs Al-Amiriyah Blokagung selalu siap menerima masukan dan saran untuk dijadikan evaluasi pada tahun yang akan datang, untuk melakukan penerapan CRM ada beberapa tahapan-tahapan dalam keberhasilan Implementasi *Customer Relationship Management* yaitu:

1. *Acquire*, memberikan kemudahan bagi calon peserta didik atau calon siswa MTs Al-Amiriyah Blokagung dalam mendapatkan informasi. Informasi ini bisa diperoleh melalui akses internet melalui akun website resmi milik sekolah, media sosial resmi sekolah, brosur, informasi perorangan.
2. *Enhance* hubungan MTs Al-Amiriyah Blokagung dengan pengguna jasa terbilang cukup intens, segala persoalan yang dihadapi oleh siswa dan wali siswa bisa segera dikomunikasikan melalui sosial media yang telah di tentukan oleh pihak sekola. Media ini dibuat oleh sekolah agar bisa memberikan layanan prima dan tepat sasaran seperti yang diharapkan oleh pengguna jasanya. Selain bertemu langsung

dengan pihak yang terkait di sekolah media ini terbilang sudah efektif digunakan dalam memberikan informasi secara berkala.

3. *Retain* MTs Al-Amiriyyah Blokagung selalu siap menerima saran dan kritikan bagi pengguna jasanya, agar layanan yang diberikan selalu prima dan tepat. Semua informasi yang diberikan oleh murid maupun wali murid ditampilkan untuk dijadikan bahan evaluasi dalam peningkatan kinerja dan pemberian layanan yang terbaik terhadap pengguna jasanya.

C. Menjalin Komunikasi dengan Pelanggan/ Wali Murid

Tujuan CRM menjalin komunikasi untuk meningkatkan hubungan antara lembaga dan pelanggan yang sudah ada, hal ini sangat berguna dalam membantu perusahaan meningkatkan pendapatan (peserta didik). Menyediakan informasi yang lengkap mengenai pelanggan untuk memaksimalkan hubungan pelanggan dengan sekolah komunikasi memerlukan media sosial agar untuk tetap terhubung komunikasi supaya tidak ada kesalahpahaman antara pelanggan (wali murid). Hubungan komunikasi dibangun untuk menimbulkan rasa saling memiliki dan saling percaya terhadap lembaga. MTs Al-Amiriyyah dalam menjalin hubungan belum sepenuhnya optimal karena masih harus banyak lagi melakukan inovasi sesuai dengan perkembangan zaman dan sementara ini dari pihak sekolah menggunakan komunikasi melalui WA group, telepon dan email.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebagaimana peneliti deskripsikan mengenai Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) di MTs Al-Amiriyyah Blokagung dalam meningkatkan jumlah peserta didik, maka peneliti mengambil kesimpulan.

1. MTs Al-Amiriyyah Blokagung sebagai sekolah yang berlandaskan nilai-nilai Islam secara umum lembaga ini telah mampu menerapkan layanan berbasis pelanggan dalam bentuk *management* hubungan pelanggan (CRM) secara baik. Penerapan CRM yang diterapkan mampu membantu sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik dan membantu sekolah dalam penyampaian berbagai informasi yang penting kepada peserta didik dan wali murid, Pola komunikasi sekolah dengan pelanggan (*customer*) pendidikan diwujudkan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dengan membuat grup WA (*whatsapp*) serta didukung program kunjungan rumah dan silaturahmi.
2. Konsep CRM yang ada pada MTs Al-Amiriyyah Blokagung sudah diterapkan dengan melakukan analisis dan kemudian melakukan survey dengan mengklasifikasi calon pengguna jasa. Selain itu melakukan evaluasi dari hasil kinerja pada tahun sebelumnya apakah ada peningkatan atau penurunan.
3. MTs Al-Amiriyyah Blokagung sebagai lembaga pendidikan telah berusaha memberikan layanan yang terbaik bagi pelanggan seperti layanan

pembelajaran, layanan informasi dan sarana serta prasarana yang baik dalam rangka mendukung pengembangan potensi setiap peserta didik.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan maka hasil penelitian ini dapat memberikan sebuah kontribusi implikasi sebagai berikut:

a. Implikasi Teori

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan atau orang yang mengimplementasikan CRM pada MTs Al-Amiriyyah Blokagung mempunyai sebuah planing dan tanggung jawab dalam pelaksanaan program penerapan CRM.
2. Penelitian ini juga di tujukan Bahwa kepala sekolah tidak hanya mengatur masalah CRM tetapi juga memimpin suatu kebijakan yang telah di rancang pada awal tahun untuk kedepanya.

b. Implikasi Kebijakan

Bagi kepala sekolah MTs Al-Amiriyyah Blokagung dan seluruh guru serta staf, mengenai perencanaan Implementasi *Customer Relationship Management*, realisasi penerapan hubungan pelanggan melalui rapat atau musyawarah kerja di lembaga tersebut.

C. Keterbatasan Penelitian

Setelah dilakukan observasi dan wawancara dalam penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang bisa dijadikan sebagai peluang bagi kajian peneliti selanjutnya. Keterbatasan penelitian ini antara lain adalah keterbatasan waktu

yag singkat sehingga hal tersebut memberi kontribusi yang rendah terhadap hasil dari penelitian ini yang mana pada penelitian ini peneliti hanya pada tahap penerapan CRM dan cara menjalin hubungan terhadap pelanggan saja belum pada faktor pendukung dan penghambatanya.

D. Saran

Berdasarkan pengamatan dan analisis peneliti, ada beberapa hal yanag perlu ditingkatkan agar layanan berbasis pelanggan yang dibangun di MTs Al-Amiriyah Blokagung bisa semakin baik dan mampu meningkatkan jumlah peserta didik, menciptakan loyalitas pelanggan. Hal-hal tersebut diantaranya:

1. Kepala sekolah selaku pemimpin di MTs Al-Amiriyah Blokagung seharusnya mampu menciptakan iklim kerja yag baik agar seluruh karyawan dan guru sebagai pelanggan internal sekaligus pengelola pendidikan bisa lebih maksimal dalam memberikan layanan kepada peserta didik.
2. Meningkatkan Implementasi *customer relationship management* pada lembaga pendidikan untuk sumber daya yang dimiliki dalam mengidentifikasi, menarik, memperoleh, mempertahankan, dan memberikan pelayanan kepada pelanggan yang sudah ada sehingga terbentuk menjadi pelanggan yang punya loyalitas terhadap lembaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, A. 2013. *Etika Bisnis Perpektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Ali, I. 2012. *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah*. Jakarta: Bumi Askara.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basri. 2005. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Buttle, F. 2009. *Customer Relationship Management (Hubungan Pelanggan)*. Malang: Bayumedia.
- EEka, N. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tata Letak / Layout Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BNI Syari'ah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*.
- Elfridawati Mai Duhani. 2016. *Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon*. Jurnal Altizam.
- Erwin, I. N.D. *Lembaga Pendidikan Islam Dalam Menghadapi Derasnya Perubahan*.
- Gaffar, V. 2007. *CRM dan MPR Hotel (Crm Dan Marketing)*. Bandung: Alfa Beta.
- Gordon, D. 2002. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Management*. Jakarta: Ppm.
- Halim, A., Sridadi, A. R., & Sholicha, U. M. 2020. *Manajemen Marketing Pendidikan Islam Upaya Meningkatkan Bargaining Power Mts Nurul Islam Kapasbaru Surabaya*. Al-Ibrah.
- Imasari, K., & Nursalin, K. K. 2011. *Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT BCA Tbk Influence Of Customer Relationship Management Toward Customer Loyalty On PT. BCA Tbk Kartika*. Fokus Ekonomi (FE).
- Kotler, Philip & Keller, K. 2008. *Marketing Management*. Jakarta: Pt.Macanan Jaya Cemerlang.
- Mustika, N. 2017. *Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Bengkel Astra Honda Authorized Service Station Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung*.

- Newell, F. 2009. *Customer Relationship Management In The New Era Of Internet Marketing*. New York: Mcgraw Hill.
- Nurya, F. D. I., & Na. 2014. *Pengaruh Penerapan Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Ekonomi Modernisasi*, No.10.
- Octaviani, R., & Sutriani, E. 2019. *Analisis Data dan Pengecekan Keabsahan Data*.
- Pratama, I Putu Agus Eka. 2019. *Customer Relationship Management*. Bandung: Informatika.
- Sugiyono. 2006. *Teknik Penelitian*. Yogyakarta: Pines.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Sugiyono, D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Bandung: ALFABETA.
- Sujiman. 2016. *Costumer Relationship Management (CRM) di Sma Islam Teladan (It) Al Irsyad Al Islamiyah Purwokerto*.
- Sunan, M. 2019. *Implementasi Customer Relationship Management di Sekolah Menengah Pertama Khadijah Surabaya*.
- Toriquddin, M. 2010. *Etika Pemasaran Perspektifal-Qur ' An Dan Relevansinya Dalam Perbankan SYARI ' AH*, 116–125.
- UUD 1945, Pasal 33 Ayat 4.
- Wawancara Dengan Ahmadi *Selaku Kepala Sekolah Mts Al-Amiriyyah Blokagung*. 2022. Blokagung.
- Wawancara Dengan Sunaryo *Selaku Kesiswaan Mts Al-Amiriyyah Blokagung*. 2022. Blokagung.
- Wawancara Dengan Guru Staf Mts Al-Amiriyyah Blokagung. 2022. Blokagung.
- Wawancara Dengan M. Arif Rohmatulloh *Selaku Ka. Tata Usaha Mts Al-Amiriyyah Blokagung*. 202. Blokagung.
- Wawancara Dengan Waka Humas *Mts Al-Amiriyyah Blokagung*. 2022 Blokagung.
- Yulianti, L., Sjahrudin, H., & Tahir, B. 2015. *Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Smartphone Android Merek Samsung*, 3(3), 1–15.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
IAIDA
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
TERAKREDITASI
BLOKAGUNG - BANYUWANGI

Alamat : Pon. Pes. Darussalam Blokagung 02/IV Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur - 68491 No. Hp: 085258405333 , Website: www.iaida.ac.id , E-mail: iaidablokagung@gmail.com

Nomor : 31.5/274.49/FTK.IAIDA/C.3/I/2022

Lamp. : -

Hal : **PENGANTAR PENELITIAN**

Kepada Yang Terhormat:
MTs Al- Amiriyyah
Blokagung, Banyuwangi

Di - Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi, memohonkan izin penelitian atas mahasiswa kami:

Nama : **IRFAN DISTYA IRIANDA**
 TTL : **Masamba, 8 Juli 1998**
 NIM : **18111110062**
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
 Alamat : Dusun Sumber Sari III RT 05 RW 01 Desa Hasanah Kec. Mappedeceng Kab. Luwu Utara Prov. Sulawesi Selatan
 Masa Penelitian : 25 Januari 2022 – 10 Februari 2022
 HP : 081248840547
 Dosen Pembimbing : Moh Nur Fauzi, S.H.I, M.H

Untuk dapat diterima/melaksanakan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka penyelesaian program skripsi. Adapun judul penelitiannya adalah:

“Implementasi Customer Realtionship Management Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di MTs Al-Amiriyyah Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun 2022 ”

Atas perkenan dan kerja samanya yang baik diucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh.

Blokagung, 29 Januari 2022

Dekan

Dr. Siti Aimah, S.Pd.I. M.Si.
 NIPY. 3150801058001



YAYASAN PONDOK PESANTREN DARUSSALAM
MADRASAH TSANAWIYAH AL AMIRIYAH
(MTs.A)
 STATUS : TERAKREDITASI NSM : 121235100017 NPSN : 20581701
Blokagung - Tegalsari - Banyuwangi
 Web: www.blokagung.net
 E-mail : mts.alamiriyyah@gmail.com
ALAMAT : Ponpes Darussalam Blokagung PO.BOX. 201 (0333)845973 Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur 68485

SURAT KETERANGAN OBSERVASI

NOMOR: 31.1/ 93 /MTsA/E.05/ IV/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Tsanawiyah Al Amiriyyah kecamatan Tegalsari, Kabupaten Banyuwangi, dengan ini menerangkan dengan sebenarnya, bahwa mahasiswa yang beridentitas di bawah ini:

N a m a : **IRFAN DISTYA IRIANDA**
 Tempat, Tgl Lahir : Masamba, 08 Juli 1998
 NIM : 18111110062
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
 Angkatan : 2018

Benar-benar telah mengadakan Penelitian di lembaga kami dalam rangka penyelesaian tugas Skripsi dengan Judul "**Implementasi *Customer Relationship Management* Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di MTs Al- Amiriyyah Blokagung Tahun Ajaran 2021/2022**" pada tanggal **27 Maret - 5 April 2022**.

Demikian surat keterangan ini kami buat, untuk sedapatnya dipergunakan sebagaimana mestinya.

Blokagung, 04 April 2022

Kepala Madrasah



AHMADI, M.Pd.I



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 23%

Date: Selasa, April 05, 2022

Statistics: 2935 words Plagiarized / 12834 Total words

Remarks: Medium Plagiarism Detected - Your Document needs Selective Improvement.

SKRIPSI IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI MTs AL-AMIRIYYAH BLOKAGUNG 2022 / Oleh : IRFAN DISTYA IRIANDA NIM : 18111110062 PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM FAKULTAS TARBIIYAH DAN KEGURUAN INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI 2022 SKRIPSI IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI MTs AL-AMIRIYYAH BLOKAGUNG 2022 / Oleh : IRFAN DISTYA IRIANDA NIM : 18111110062 PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM FAKULTAS TARBIIYAH DAN KEGURUAN INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI 2022 SKRIPSI IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI MTs AL-AMIRIYYAH BLOKAGUNG 2021/2022 Diajukan kepada Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Pendidikan (5. Pd.)

Oleh : IRFAN DISTYA IRIANDA NIM : 18111110062 PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM FAKULTAS TARBIIYAH DAN KEGURUAN INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI 2022 Halaman Persetujuan Skripsi dengan judul : IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI MTs AL-AMIRIYYAH BLOKAGUNG 2021/2022 Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang uji skripsi Pada tanggal : _____ Mengetahui, Ketua Prodi NURKHAFDZ NIZAM FAHME S.Pd., M.H.

NIPY. 3151905109301 Pembimbing MOH. NUR FAUZI, S.HI., M.H NIPY. 3151719077801 _ PENGESAHAN Proposal Skripsi Saudara Irfan Distya Irianda telah di munagosah kan kepada dewan penguji Proposal skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada tanggal _____

DOKUMENTASI



Wawancara dengan waka humas
MTs Al-Amiriyah Blokagung



Wawancara Dengan Guru
MTs Al-Amiriyah Blokagung



Wawancara dengan Staf
MTs Al-Amiriyah Blokagung

Draf Wawancara
Implementasi *Customer Relationship Management*
Dalam meningkatkan jumlah peserta didik
di MTs Al-Amiriyyah Blokagung

1. Manfaat Menjalin Hubungan dengan Pelanggan (Wali Murid)
2. Faktor Penghambat dan Pendukung Crm di Mts Al-Amiriyyah Blokagung
3. Bagai Mana Penerapan CRM Bisa Berhasil
4. Bagaimana Langkah-Langkah Membangun CRM dengan Baik
5. Kendala apa yang mungkin terjadi dalam penerapan CRM



INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
IAIDA
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
TERAKREDITASI
BLOKAGUNG - BANYUWANGI

mat : Pon. Pes. Darussalam Blokagung 02/IV Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur - 68491 No. Hp: 085258405333 , Website: www.iaida.ac.id , E-mail: laidablokagung@gmail.

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : IRFAN DISTYA HAYANDA IRIANDA
 NIM : 1911110062
 PRODI : MPI
 FAKULTAS : Tarbiyah dan Keguruan (FTK)

NO	TANGGAL KONSULTASI	TOPIK POKOK YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	29/11/21	KONS-1/bn J-21	[Signature]
2.	6/12/21	" - Latar belakang	[Signature]
3.	28/12/21	Konsultasi sub bab	[Signature]
4.	28/12/21	formulir penulisan	[Signature]
5.	17/1/22	Konsultasi finish proposal	[Signature]
6.	19/2/22	sub judul di koreksi	[Signature]
7.	25/2/22	Tulisan Pemasangan di cobek mng	[Signature]
8.	28/03/22	Format Penulisan Daftar Pustaka	[Signature]
9.	30/03/22	Pertusutan hasil wawancara	[Signature]
10.	2/04/22	Revisi Daftar Pustaka dan lain	[Signature]

Mulai Bimbingan :

Batas Akhir Bimbingan :

Blokagung, 2021

Mengetahui,
Ketua Prodi

Dosen Pembimbing,

[Signature]

MOTI NUR FAUZI SHIHATI
 NIPY. 315719071801

.....
 NIPY.

Keterangan : Kartu ini tidak boleh hilang dan setiap bimbingan harus dibawa

BIODATA PENULIS



Nama : Irfan Distya Irianda

TTL : Masamba, 08 Juli 1998

Jenis Kelamin : Laki

Agama : Islam

Alamat : Masamba, Luwu Utara, Sulawesi Selatan

Riwayat Pendidikan

1. MI Ma'arif (2004-2010)
2. SMP N 2 Mappedeceng (2010-2013)
3. SMA N 1 Mappedeceng (2013-2016)
4. IAI Darussalam (2018-2022)
5. PP. Darussalam (2018-sekarang)

PELAKSANAAN KEGIATAN PENELITIAN

NO	KEGIATAN PENELITIAN	WAKTU				
		November 2021	Desember 2021	Januari 2022	Februari 2022	Maret 2022
PERSIAPAN						
1	Pemantapan Masalah					
2	Penyusunan Proposal					
3	Persetujuan Proposal					
PELAKSANAAN						
1	Pengumpulan Data					
2	Pengelompokan Data					
3	Analisis Data					
PENYELESAIAN						
1	Penyusunan Laporan					

Pelaksanaan Kegiatan Penelitian

Sumber: Olahan peneliti, April 2022