

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi *relationship marketing* yang diterapkan di KSPPS BMT Al Amin dalam menjaga loyalitas nasabah, karena perusahaan menganggap bahwa pelanggan sangat penting dan perusahaan sangat bergantung dengan pelanggan, berikut ada empat cara yang dilakukan KSPPS BMT Al Amin yaitu Pertama, menjaga hubungan yang baik, mampu menjadi pendengar dan dapat menerima saran ataupun kritikan dari nasabahnya dengan cara memberikan kepercayaan kepada pelanggan. Kedua, membuat pelanggan berkomitmen menggunakan produk KSPPS BMT Al Amin dengan memberikan pelayanan yang baik. Ketiga, mempertahankan nasabah dengan cara menjalin komunikasi dengan nasabah, bersikap ramah, menjaga etika dalam melayani dan menjalin silaturahmi secara langsung maupun tidak langsung. Keempat, penanganan konflik dilakukan dengan cara kekeluargaan dan bertanggung jawab dengan ketidaknyamanan yang dirasakan pelanggan. Untuk pelanggan yang loyal terhadap KSPPS BMT Al Amin, dapat dilihat dari lamanya pelanggan bergabung menjadi anggota di KSPPS BMT Al Amin.
2. Hambatan yang dihadapi pada penerapan strategi *relationship marketing* dalam meningkatkan dan menjaga loyalitas nasabah produk simpanan Al Amin diantaranya yaitu adanya persaingan antar lembaga baik itu berbasis syariah atau berbasis konvensional, tingkat kepercayaan masyarakat pada KSPPS BMT Al Amin dan kualitas sumber daya manusia yang tersedia.

#### B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Nasabah merupakan asset bagi berlangsungnya sebuah usaha, maka dengan itu sudah sewajarnya kalau perusahaan memelihara dan mempertahankan nasabah. Diantaranya cara yang dapat dilakukan adalah dengan menjaga kepercayaan yang telah diberikan nasabah kepada KSPPS BMT Al Amin dengan memberikan pelayanan yang baik dan meningkatkan kinerja serta meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.

2. MSDM yang ada di BMT Al Amin harus lebih diperhatikan pada kinerja para karyawan, serta lebih ditingkatkan lagi pelatihan-pelatihan untuk karyawan agar dapat memberikan kinerja yang maksimal dalam penerapan *relationship marketing* dengan nasabah dan mempertahankan loyalitas nasabah.
3. Dikembangkan teknologi-teknologi yang ada pada KSPPS BMT Al Amin agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, khususnya dalam menjaga loyalitas nasabah.

