

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dibahas maka analisis implementasi strategi *customer relationship management* (CRM) BMT Amanah Kudus dalam mempertahankan nasabah dalam dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. BMT Amanah Kudus dalam mengimplementasikan strategi *customer relationship management* (CRM), dilakukan dengan melalui beberapa proses diantaranya adalah dengan mengumpulkan data pelanggan, analisis data nasabah, identifikasi nasabah loyal, dan pengembangan program *customer relationship management* (CRM) sementara itu dalam implementasinya BMT Amanah melaksanakan 3 tataran CRM antara lain CRM Strategis, CRM operasional dan CRM analitis. CRM strategis yaitu adanya kerja sama lintas manajemen, pembagian kerja atau *job discription* yang jelas, melakukan pelayanan sesuai SOP dan melakukan evaluasi kinerja secara berkala. Pada CRM Operasional dengan melakukan segmentasi pasar yaitu utamanya pada kalangan yang memiliki usaha, anak sekolah, dan orang tua, serta otomatisasi layanan yaitu *customer service* dengan bertatap muka secara langsung dengan para nasabah, dan juga pemasaran *direct selling* dengan mendatangi langsung nasabah kerumahnya. Kemudian CRM Analitis yaitu penggunaan sistem database dengan menggunakan SIMKO syariah.
2. Sebagai upaya dalam dalam mempertahankan nasabah dalam *customer relationship management* BMT Amanah melakukan beberapa langkah CRM strategis, diantaranya adalah meningkatkan kualitas SDM yang dimiliki, melakukan inovasi produk untuk menciptakan nilai tambah bagi nasabah, mengadakan program pelanggan. Menyediakan akses layanan saran atau keluhan bagi pelanggan yang ingin memberikan masukan, selalu menjalin komunikasi yang baik dengan para nasabah baik secara

langsung tatap mukan maupun melalui media sosial seperti *facebook*, maupun website BMT Amanah.

B. Saran

Peneliti menyadari bahwa dari hasil penelitian telah disimpulkan diatas masih terdapat kekurangan dan belum sempurna. Sehingga peneliti menyarankan kepada berbagai pihak yang memiliki kepentingan dengan hasil penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi BMT Amanah Kudus

- a. Evaluasi terhadap penerapan program pelanggan sebagai implementasi dari *customer relationship management* (CRM) harus ditingkatkan untuk mengurangi resiko *miss communication* dalam penyampaian dan pemahaman tentang setiap program yang diadakan BMT Amanah kudus.
- b. BMT Amanah diharapkan dapat terus berinovasi dalam menyusun strategi mengenai program-program pelanggan.
- c. Penerapan *customer relationship management* (CRM) lebih ditingkatkan dengan lebih memanfaatkan dan lebih aktif dalam memanfaatkan media sosial untuk menggali informasi dan memberikan informasi kepada pelanggan.
- d. BMT Amanah sebaiknya membuat program komunitas khusus nasabah baik untuk nasabah simpanan maupun pembiayaann.
- e. BMT Amanah diharapkan terus melakukan *upgrade* sistem database nasabah hal ini dilakukan untuk lebih mengoptimalkan penggunaan informasi data nasabah sesuai dengan perkembangan zaman.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk membuat perjanjian pengumpulan data penelitian dengan pihak BMT lainnya. Agar peneliti dapat melaksanakan penelitian pada objek penelitian yang berbeda sehingga dapat dibandingkan hasilnya.

C. Penutup

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SAW dimana penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan baik dari segi bahasa, penulisan dan lain-lain untuk itu kritik dan saran sangatlah diperlukan guna membangun dan memperbaiki karya tulis kedepan.

