

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso

Untuk melaksanakan praktik pengalaman lapangan tempat yang dipakai adalah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) yang bernama Artha Huda Abadi atau lebih sering dikenal dengan nama PT BPR Artha Huda Abadi yang berlokasi di jalan raya Pati-Tayu kilometer 19 Waturoyo Margoyoso Pati dengan nomor telepon (0295)452436, fax (0295)4150444.¹

Berawal dari kerja sama antara Biro Pengembangan Pesantren dan Masyarakat-Pesantren Maslakul Huda (BPPM-PMH) dengan Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES) yang berpusat di Jakarta. Pada tahun 1991, BPPM-PMH bekerja sama dengan LP3ES Jakarta melaksanakan program pemberian layanan modal bagi usaha kecil dalam bentuk *Revolving Fund* (RF), yaitu pinjaman dalam bentuk dana bergulir tanpa bunga. Program ini bernama Program Pengembangan Ekonomi Masyarakat melalui pesantren (PPEMmP).

BPPM-PMH, bekerja sama dengan LP3ES bertahun-tahun memberikan layanan RF ini, dan terbukti sangat membantu para pengusaha kecil yang menjadi binaan. Mereka tergabung dalam kelompok-kelompok yang disebut kelompok swadaya masyarakat (KSM). Program ini juga mendapat support dari Bank Indonesia dengan pinjaman modal lewat Program Perhubungan Bank dan KSM (PHBK).

Sistem pelayanan RF inilah yang mengilhami lahirnya Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Artha Huda Abadi. Dengan berdirinya BPR ini, diharapkan layanan modal bagi para anggota KSM binaan yang telah mampu mandiri dapat ditangani lebih profesional dan berkelanjutan. Di

¹Dikutip dari brosur PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati tanggal 24 February 2018

samping itu, diharapkan BPR ini juga berperan dalam pengembangan ekonomi pedesaan dengan memberikan pinjaman modal kepada para pengusaha kecil di wilayah Kabupaten Pati umumnya.

Untuk persiapan pendirian BPR tersebut, Pengasuh Pesantren Maslakul Huda membentuk tim pendiri. Berdasarkan kajian yang mendalam, tim pendiri menilai bahwa lembaga keuangan yang cocok adalah perbankan konvensional dalam bentuk BPR, karena sesuai dengan sistem pelayanan RF sebelumnya. Setelah persiapan dinilai cukup, ijin diajukan kepada Departemen Keuangan RI. Ijin usaha dari Departemen Keuangan untuk BPR Artha Huda Abadi turun pada tanggal 1 Oktober 1996. Tanggal 9 Oktober 1996, BPR Artha Huda Abadi memulai aktivitas perbankannya.

2. Visi, Misi, dan Tujuan PT BPR Artha Huda Abadi

Setiap lembaga pasti memiliki visi, misi dan tujuan yang dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan lembanya, begitu juga dengan PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati, memiliki visi, misi, dan tujuan sebagai berikut:²

a. Visi

Menjadi Lembaga Keuangan Mikro yang unggul dan terpercaya di Wilayah Eks Karesidenan Pati.

b. Misi

- 1) Menumbuhkan perekonomian masyarakat dengan mendorong terciptanya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang kuat dan bermanfaat.
- 2) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui layanan perbankan yang baik.

²Dikutip dari brosur PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati tanggal 28 February 2018

c. Tujuan

Meningkatkan kesejahteraan anggota dan pengelola dengan mengedepankan nilai-nilai syariah, menjunjung tinggi akhlakul karimah, serta mengutamakan kepuasan anggota.

3. Ruang Lingkup Produk/Jasa di PT BPR Artha Huda Abadi

a. Tabungan

Adapun macam-macam tabungan terdiri dari:³

1) Tabungan arthadara

Berlaku bagi semua masyarakat baik secara perorangan maupun lembaga. Dan jika melakukan penarikan, maka bisa dilakukan sewaktu-waktu. Dalam tabungan ini memperoleh bunga sebesar 4,5% pertahun yang jumlahnya ditentukan sesuai dengan saldo hariannya.

2) Tabungan masa depan (TAMPAN)

Berlaku untuk masyarakat umum, bunganya juga menarik. Dan jika melakukan penarikan, maka bisa dilakukan secara berjangka dengan jangka waktu 1 tahun dari tanggal pembukaan rekening. Dalam tabungan ini memperoleh bunga sebesar 9% pertahun yang jumlahnya ditentukan sesuai dengan saldo terendah setiap bulannya.

3) Tabungan kolektif siswa (TAKSI)

Diperuntukkan bagi siswa secara kolektif. Dan jika melakukan penarikan, maka bisa dilakukan sewaktu-waktu. Adapun bagi siswa penabung diberikan buku tabungan siswa dan bagi pengelola/kolektor diberikan fee. Dalam tabungan ini memperoleh bunga sebesar 6% pertahun yang jumlahnya ditentukan sesuai dengan saldo terendah setiap bulannya.

4) Tabungan qurban

Diberikan bagi masyarakat umum. Pembukaan rekening minimal 7 bulan sebelum hari Raya Qurban. Dan jika melakukan penarikan,

³Dikutip dari brosur PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati tanggal 28 February 2018

maka bisa dilakukan 1 bulan sampai dengan 1 minggu sebelum hari Raya Qurban. Dalam tabungan ini memperoleh bunga sebesar 7% pertahun yang jumlahnya ditentukan sesuai dengan saldo terendah setiap bulannya.

Persyaratan pengajuan tabungan adalah sebagai berikut:

- Mengisi formulir pengajuan tabungan
- Fotocopy identitas diri (KTP/SIM/Kartu Pelajar) calon penabung sebanyak 2 lembar.

b. Deposito

Berlaku bagi semua masyarakat baik secara perorangan maupun lembaga, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Deposito berjangka 1 bulan yang memperoleh bunga sebanyak 7% per tahunnya
- 2) Deposito berjangka 3 bulan yang memperoleh bunga sebanyak 8% per tahunnya
- 3) Deposito berjangka 6 bulan yang memperoleh bunga sebanyak 9% per tahunnya
- 4) Deposito berjangka 12 bulan yang memperoleh bunga sebanyak 9,5% per tahunnya.

Fasilitas-fasilitas yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Buku tabungan termasuk buku tabungan untuk siswa (apabila tabungan siswa)
2. Souvenir menarik
3. Hadiah langsung (*cash back*) tanpa diundi (untuk deposito dengan nominal dan jangka waktu tertentu)
4. Jasa dari BPR yang kompetitif dengan BPR lain
5. Fasilitas jemput bola.

Keuntungan yang diberikan adalah sebagai berikut:

- 1) Suku bunga tinggi
- 2) Bunga dihitung harian (untuk tabungan)
- 3) Dapat dijadikan jaminan kredit (untuk deposito)

- 4) Setoran dan pengambilan bisa setiap saat
- 5) Dilindungi pemerintah / ikut dalam penjaminan pemerintah (LPS), sampai dengan saldo 2 milyar
- 6) Tidak ada biaya administrasi setiap bulannya, maupun administrasi pada waktu penarikan.

Biaya yang menjadi tanggungan penabung adalah sebagai berikut:

- 1) Atas penutupan rekening tabungan, nasabah dikenakan biaya penutupan sebesar Rp 10.000,- per rekening
- 2) Atas penggantian buku tabungan, nasabah dikenakan biaya ganti buku Rp 5.000,- per buku.

c. Kredit

Adapun macam-macam kredit adalah sebagai berikut:

- 1) Adapun Kredit Angsuran Bulanan (KAB) adalah sebagai berikut:
 - a) Kredit yang pembayarannya dilakukan dengan cara angsuran pokok + bunga setiap bulan sampai tanggal jatuh tempo
 - b) Diberikan untuk tambahan modal usaha (perdagangan, industri, dan sektor usaha lainnya)
 - c) Jangka waktu pinjaman: 10, 12, 18, 36, sampai dengan 120 bulan.
- 2) Kredit berjangka / musiman (KB) adalah sebagai berikut:
 - a) Kredit yang pembayarannya (pokok) bisa dilakukan sekaligus saat jatuh tempo dan bunga dibayarkan tiap bulan sampai dengan tanggal jatuh tempo
 - b) Diberikan untuk sektor usaha pertanian, perikanan, peternakan, dan usaha musiman lainnya
 - c) Jangka waktunya 6 bulan.
- 3) Kredit profesi / karyawan adalah sebagai berikut:
 - a) Kredit yang pembayarannya dilakukan dengan cara potong gaji (pokok+bunga) tiap bulan sampai jatuh tempo
 - b) Jangka waktunya sampai dengan 36 bulan.

Adapun syarat permohonan kredit adalah sebagai berikut:

- 1) Foto copy KTP suami / istri yang masih berlaku
- 2) Foto copy KK (Kartu Keluarga)
- 3) Foto copy jaminan (BPKB / Sertifikat Hak Milik)
- 4) Survey kelayakan oleh petugas
- 5) Pemberitahuan kepada pemohon yang disetujui atau tidak.

Adapun Keuntungan yang diberikan adalah sebagai berikut:

- 1) Bunga kompetitif
- 2) Penyelesaian sebelum jatuh tempo, bunga putus
- 3) Prosedur mudah dan layanan cepat.

4. Struktur Organisasi PT BPR Artha Huda Abadi

Perusahaan membutuhkan adanya struktur organisasi yang tepat dan jelas sebagai dasar untuk mempelajari aktivitas yang sebenarnya. Struktur organisasi merupakan suatu petunjuk bagaimana tugas, tanggungjawab antara anggota-anggotanya sehingga dapat memudahkan pimpinan dalam mengadakan pengawasan maupun meminta pertanggungjawaban pada bawahannya.

Adapun susunan dan struktur organisasi BPR Artha Huda Abadi adalah sebagai berikut:⁴

a. Dewan Komisaris

Komisaris Utama : H. Abdul Ghoffar Rozin

Komisaris : H. Dliaul Khaq

b. Kepengurusan

Direktur Utama : H. Ahmad Nadjib Zabidi,
SH

Direktur : H. Amin Salafuddin, SE

⁴Dikutip dari data struktur organisasi PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati tanggal 1 April 2018

c. **Pengelola****Pimpinan Cabang**

Pimpinan Cabang Pati : Rudi Santoso, SE
 Pimpinan Cabang Rembang : Rumiasih, SE

Kabag Operasional

Kepala Bagian : Sri Darmawati, SE

1) Kepala Kantor Kas Wilayah Kantor Pusat

Kantor Pusat : Siswanto, SE
 Kas Cluwak : Agus Susilo, S. Pt
 Kas Juwana : Tri Supriyanto, S. Pdi
 Kas Jaken : Abdul Hamid, SE
 Kasir
 Office Boy (OB)

2) Kasi Pembukuan

: Diah Asna R
 Kasir : Eti Masfuatin
 Adm Dep / Tab / CS : Tri Puji Rohmawati
 Adm Kredit : Haris Setiawan, SE
 Sri Hatiningsih
 Ahmad Salafuddin B

3) Kasi Umum / SDM

: Sulimah, SE
 IT / SID / Adm Umum : Abdul Mukid
 Office Boy : Ulil Albab Prasetyo
 Driver : M. Subagyo
 Imam Muhlisin
 AgusRiyanto
 Kebersihan : Mubasir

Kabag pemasaran

Kepala Bagian : Sutiyono, SH

1) Kasi Pemasaran Wilayah

Kantor Pusat : Siswanto, SE
 Kantor Kas Cluwak : Agus Susilo, S. Pt

Kantor Kas Juwana	: Tri Supriyanto, S. Pdi
Kantor Kas Jaken	: Abdul Hamid, SE
2) Staf Marketing / AO	
Kantor Pusat	: M. Sholahuddin Ali Masadi Suwanto Nafe'
Kantor kas Cluwak	: Galih Adi P Nur Cholis Syukri Lutfiana Sugiyarto Sundoko Burhanuddin L
Kantor Kas Juwana	: Mutahir Silakhul Fuad Agus Triyanto Ahmad Yasin Burhanuddin L
Kantor Kas Jaken	: Ahmad Subhan Abdul Kholiq Samsuri Defa Fifiyanto
SPI	
Kepala SPI	: Suwanto
Wakil SPI	: Masturi, SE
Staff SPI	: Alvi Zumrudah
Wilayah Kantor Pusat	
Kabag Operasional	: Sri Darmawati, SE
1) Kantor Pelayanan Kas Juwana	
Kepala Kantor	: Tri supriyanto, S. Pdi
Kasir	: Ari Nurhayati

Office Boy (OB)	: M. Gufron
2) Kantor Pelayanan Kas Cluwak	
Kepala Kantor	: Agus Susilo, S. Pt
Kasir	: Umma Farida, S. Ag
Office Boy (OB)	: Sukari
3) Kantor Pelayanan Kas Jaken	
Kepala Kantor	: Abdul Hamid, SE
Kasir	: Lila Royyana, SE
Office Boy (OB)	: Hamid Khoirul U
Kantor Cabang Rembang	
Pimpinan Cabang	: Rumisih, SE
1) Kasi Pembukuan dan Adm umum	: Mardliyatn K
Kasir	: Yuliana
Adm Tab / Dep	: Yanti Puji U
Adm SID / IT	: Ahmad Tamamuddin
Adm Kredit / CS	: Uci Woro Supeni
Office Boy	: Rizky Agung
2) Kasi Pemasaran	: M. Irham Mashadi
Staff Marketing / AO	
Wil Cabang Rembang	: Ali Musoleh
	: Nafidl Hakim
	: Saeful Efendi
	: Akhmad Sahal
Wil Kas Sedan	: Zaenal Arifin
	: Nicky Dwi Fitriani
	: M. NurAzim
	: Bayu Alif Murfi
3) Pjs. Kepala Kantor Kas	: Munadi
Kasir	: Dian Elly K
Office Boy (OB)	: Ulin Ni'am

Tabel 4.1

DAFTAR KANTOR BPR ARTHA HUDA ABADI

No	Nama Kantor	Alamat Kantor	No. Telepon
1	Kantor cabang pati	Puri plaza blok B No. 1 Pati	(0295) 386182, 081225347902
2	Kantor Cabang Rembang	Jl. Jend Sudirman No. 81 Rembang	(0295) 691932, 085325263663
3	Kantor Kas Juwana	Ruko Plaza Juwana No. 3 Juwana	(0295) 471898, 085326052425
4	Kantor Kas Cluwak	Jl. Raya Tayu – Jepara Km. 19 Ds. Mojo	(0295) 579130, 085325534691
5	Kantor Kas Jaken	Ds. Srikaton Rt: 14 Rw: 07 Kec Jaken Pati	085 325 725 225
6	Kantor Kas Sukolilo	Depan Kantor Kec. Sukolilo Pati	082 135 688 425
7	Kantor Kas Gsssembong	Jl. Pati – Gembong Km. 14 Gembong (Pasar Gembong ke Utara 200 M)	081 327 133 298
8	Kantor Kas Sedan	Ds. Sedan Rt: 01 Rw: 02 Kec Sedan Rembang	082 338 175 277

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Data Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan

Manajemen hubungan pelanggan merupakan suatu strategi perusahaan yang digunakan untuk memanjakan pelanggan agar tidak pindah ke pesaing lain dan mempelajari lebih jauh mengenai kebutuhan dan tingkah laku pelanggan dengan maksud untuk membentuk hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan.

Sebagaimana wawancara dengan Bapak Sutiyono selaku Kepala bagian Pemasaran di PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati, beliau mengatakan bahwa:

“Manajemen hubungan pelanggan itu suatu hubungan dekat yang harus dijaga atau dipertahankan supaya nasabah menjadi nyaman, hubungan yang dekat berupa adanya komunikasi, meningkatkan pelayanan dan membangun kedekatan emosional dengan nasabah”⁵

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dijelaskan beberapa pendekatan untuk menjaga hubungan pelanggan yang diterapkan oleh BPR, yaitu:

1. Mengidentifikasi prospek dan pelanggan.
2. Mendiferensiasikan pelanggan berdasarkan, Kebutuhan Mereka dan nilai mereka untuk perusahaan.
3. Berinteraksi dengan pelanggan perorangan untuk meningkatkan pengetahuan anda tentang kebutuhan pelanggan mereka dan membangun hubungan yang lebih kuat.
4. Memodifikasi produk, layanan dan pesan kepada setiap pelanggan.⁶

Alasan menerapkan strategi manajemen hubungan pelanggan ini merupakan sebuah pendekatan baru dalam mengelola hubungan pelanggan pada level bisnis sehingga

⁵Hasil Wawancara dengan Bapak Sutiyono, *Kabag Pemasaran* “BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati”, tanggal 15 April 2018 , Pukul 08.30 WIB

⁶Hasil Observasi di PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati, pada tanggal 15 April 2018

memaksimalkan komunikasi pemasaran melalui pengelolaan berbagai kontak yang berbeda dengan pelanggan. Secara khusus perusahaan ini memberikan layanan yang sifatnya personal sehingga dapat memberikan kepuasan yang tinggi pada nasabah.

Tujuan dari strategi ini sebagai upaya mempertahankan nasabah. Karena itulah loyalitas nasabah yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan sehingga patut untuk dipertahankan. Hal ini diperkuat dari hasil wawancara dengan Bapak Sutyono:

“ Tujuan strategi di perusahaan ini dalam mempertahankan loyalitas nasabah melalui manajemen hubungan pelanggan, adalah untuk selalu memberikan pelayanan terbaik, menjalin hubungan komunikasi dua arah antara bank dan nasabah layaknya keluarga atau sahabat sehingga tumbuh kepercayaan dan pengertian di kedua belah pihak. Jadi, ketika nasabah tumbuh rasa percaya, merasa dimengerti, dan dipenuhi kebutuhannya oleh bank dan pilihannya, maka akan tumbuh rasa cinta. Jika seluruh nasabah mendapatkan dari layanan yang ada di perusahaan., tentunya mereka akan bertahan loyal sebagai nasabah.”⁷

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dijelaskan beberapa tujuan strategi untuk menjaga hubungan pelanggan yang diterapkan, yaitu:

- a. Mendorong loyalitas nasabah artinya, BPR memperhatikan nasabah melalui manajemen hubungan pelanggan dengan cara mendayagunakan informasi dari semua titik kontak dengan nasabah, baik via web, call atupun lewat staff pemasaran dan pelayanan di lapangan.
- b. Mengurangi biaya Kemampuan artinya, BPR dalam penjualan dan pelayanan, ada biaya yang bisa dikurangi. Misalnya dengan memanfaatkan teknologi web. Aplikasi manajemen hubungan

⁷Hasil Wawancara dengan Bapak Sutyono, *Kabag Pemasaran* “BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati”, tanggal 13 April 2018 , Pukul 08.50 WIB

pelanggan memungkinkan penjualan atau pelayanan dengan biaya lebih murah dalam sebuah skema program pemasaran yang spesifik dan terfokus.

- c. Meningkatkan efisiensi operasional artinya, BPR memperhatikan proses penjualan dan proses layanan dapat mengurangi resiko turunnya kualitas pelayanan. Pengguna teknologi web atau call center misalnya, akan mengurangi biaya serta proses administrasi yang mungkin timbul.
- d. Peningkatan time to market artinya, BPR mencermati tentang aplikasi manajemen hubungan pelanggan yang memungkinkan kita membawa produk ke pasar dengan lebih cepat dengan informasi pelanggan yang lebih baik.
- e. Peningkatan pendapatan artinya, BPR mengaplikasikan manajemen hubungan pelanggan untuk menyediakan informasi dan meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan.⁸

Kemudian wawancara dengan Ibu Sulimah selaku Kepala Bagian Umum atau SDM di PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati, beliau mengatakan:

“Strategi pendekatan yang dilakukan oleh PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati dalam menjaga hubungan pelanggan melalui banyak pendekatan diantaranya adalah memberikan ucapan selamat lebaran melalui kartu ucapan, mengadakan kegiatan pada saat ulangtahun BPR, seperti jalan sehat bersama masyarakat, memberikan fasilitas di sekolah-sekolah, seperti beasiswa, berkunjung kerumah nasabah yang dikenal, ikut andil dalam acara sedekah bumi, dan melakukan edukasi 4 kali dalam 1 tahun yang diwajibkan oleh OJK.”⁹

Hasil observasi yang peneliti lakukan di PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati tentang strategi yang diterapkan adalah:

⁸Hasil Observasi di PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati, pada tanggal 13 April 2018

⁹Hasil Wawancara dengan Ibu Sulimah, selaku *Kepala Bagian Umum atau SDM* PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati Pada tanggal 10 April 2018 Pukul 09.00 WIB

1. Berusaha mengenal pelanggan secara personal.
2. Menyimpan data pelanggan dengan membangun basis data yang terdiri dari nomor telepon dan alamat rumah.
3. Mempelajari preferensi dengan menganalisis data yang diperoleh melalui survey dan jajak pendapat.
4. Melakukan riset pelanggan.
5. Bersikap jujur kepada pelanggan.
6. Mengakui jika terjadi kesalahan, masalah, atau penundaan,¹⁰

Hasil wawancara dengan Bapak Sutiyono:

“Keberhasilan strategi manajemen hubungan pelanggan didukung oleh 2 faktor yaitu, manusia dan teknologi.”¹¹

Dilihat dari hasil wawancara tersebut keberhasilan strategi Manajemen Hubungan Pelanggan lebih bagaimana mengelola hubungan atau relasi antar manusia sehingga diperlukan personal touch, attitude dan semangat dari perusahaan untuk lebih aktif lagi untuk mengenal kebutuhan dan keinginan pelanggannya lebih jauh lagi agar dapat memuaskan pelanggan. Teknologi yang digunakan untuk mencari informasi tentang nasabah berupa alat komunikasi seperti, Hp, WhatsApp, dan Instagram. Adanya alat komunikasi bisa mendapatkan informasi sejelas-jelasnya tentang nasabah lama dan nasabah baru. Teknologi yang paling penting digunakan di lembaga ini adalah BI checking, teknologi ini digunakan untuk mengetahui history nasabah tentang riwayat kredit dengan itu dapat mempermudah bank untuk mendapat informasi atau tingkah laku para nasabah. Sesuai peraturan BI checking yang dulu di

¹⁰Hasil Observasi di PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati, pada tanggal 13 April 2018

¹¹Hasil Wawancara dengan Bapak Sutiyono, *Kabag Pemasaran* “BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati”, tanggal 15 April 2018, Pukul 09.10 WIB

akui oleh Bank Indonesia sekarang namanya diganti SLIK (ideb) yang bertanggungjawab adalah OJK.¹²

2. Data Keterkaitan Loyalitas Nasabah dengan Manajemen Hubungan Pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ahmad Salafuddin bagian *Customer Service* mengenai keterkaitan antara loyalitas nasabah dengan manajemen hubungan pelanggan, beliau menjelaskan bahwa:

“Loyalitas itu suatu kondisi sikap mental untuk tetap memegang teguh kesetiaan baik kepada perusahaan, atasan, maupun rekan sekerja. Loyalitas wajib dipertahankan namun dengan tidak melupakan prinsip dasar bahwa loyalitas tertinggi harus disediakan pada hal-hal yang diyakini sebagai kebenaran.”¹³

Hasil wawancara Bapak Sutyono (*Kabag Pemasaran*):

“Loyalitas adalah kepercayaan penuh yang ada di perusahaan ini dan berkomitmen penuh untuk selalu menjaga kelayakan, meskipun ada bank baru dan suku bunga rendah, tetapi nasabah tetap menjaga kelayakan terhadap BPR ini dan tidak tergiur untuk pindah ke bank lain.”¹⁴

Hasil observasi yang peneliti lakukan di BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati, ada beberapa cara untuk mempertahankan loyalitas, diantaranya:

- a. Melayani konsumen dengan ramah dan tulus.
- b. Berusaha selalu menepati janji pada nasabah.
- c. Memberikan bentuk suasana kekeluargaan pada saat melayani nasabah.
- d. Membentuk ikatan psikologis, contohnya memberi ucapan di hari-hari besar atau pada saat waktu hari raya dan tahun baru

¹²Hasil Observasi di PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati, pada tanggal 13 April 2018

¹³Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Salafuddin, *Customer Service/CS* “BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati”, tanggal 17 April 2018, Pukul 09.00 WIB

¹⁴Hasil Wawancara dengan Bapak Sutyono, *Kabag Pemasaran* “BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati”, tanggal 15 April 2018, Pukul 09.30 WIB

lewat kartu ucapan atau dengan kirim chat. Cara ini untuk memperhatikan nasabah agar tidak berpindah ke tempat lain.¹⁵

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Ahmad Salafuddin, beliau menjelaskan bahwa:

“Nasabah yang loyal itu nasabah yang mau blak-blakan atau terbuka member data yang lengkap atau informasi yang akurat tentang dirinya dan nasabah yang mau mengerti semua aturan yang telah di terapkan di lembaga ini termasuk salah satu contoh nasabah yang loyal.”¹⁶

Sedangkan dari hasil observasi yang dilakukan BPR Artha Huda Abadi tentang mengelola pelanggan yang loyal, diantaranya:

- a. Membangun relasi kerja berdasarkan kejujuran. Modal utama yang perusahaan butuhkan untuk bias sukses meyakinkan para nasabah yaitu selalu menjaga kejujuran dalam menawarkan kerjasama bisnis maupun mempromosikan produk unggulan perusahaan kepada setiap nasabah yang ada.
- b. Menjaga kualitas produk yang ditawarkan.
- c. Memahami kebutuhan dan keinginan nasabah.
- d. Tanggap terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.

Untuk menjaga kesetiaan nasabah harus dilakukan pembentukan relasi. Perhatian kepada nasabah sesudah penjualan harus lebih besar. Kunci utama membangun kesetiaan nasabah adalah kepuasan nasabah. Nasabah yang sangat puas akan tetap setia dalam waktu yang lebih lama, dan nasabah yang puas akan menjadi modal relasi perusahaan.¹⁷

¹⁵Hasil Observasi di PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati, pada tanggal 17 April 2018

¹⁶Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Salafuddin, *Customer Service/CS* “BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati”, tanggal 17 April 2018, Pukul 09.15 WIB

¹⁷Hasil Observasi di PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati, pada tanggal 17 April 2018

Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Salafuddin, beliau menjelaskan bahwa:

“Mempertahankan Nasabah lebih sulit dari pada mendapatkan nasabah baru. Setiap usaha bisnis memang kan bersaing untuk mempertahankan nasabah”¹⁸

Tahap loyalitas tidak akan seperti sekarang tanpa dukungan dari pendiri BPR yaitu Kyai Sahal, beliau adalah salah satu tokoh Kiai pesantren yang kita kenal pada abad ke-21. Kehidupan beliau banyak dihabiskan di desa tempat beliau lahir sampai akhir hayat beliau, yaitu desa kajen. Sosoknya sangat bersahaja, bicaranya tenang dan lugas. Loyalitas di bangun tidak hanya dari mengurus pesantren, tetapi juga sangat peduli kepada kepentingan masyarakat luas di luar pesantren. Menurutnya, hal itu aplikasi ajaran Islam bahwa manusia yang terbaik adalah yang banyak memberikan manfaat untuk orang lain.

Hasil Wawancara dengan Bapak Sutyono:

“Keterkaitannya memang tidak bisa dipungkiri manajemen hubungan pelanggan membantu perusahaan untuk meningkatkan loyalitas nasabah dan memungkinkan perusahaan mengidentifikasi dan membidik nasabah terbaiknya, yaitu mereka yang menguntungkan perusahaan, sehingga mereka dapat dipertahankan menjadi nasabah yang setia untuk jangka panjang dan bisa memberikan keuntungan lebih besar bagi perusahaan.”¹⁹

Hasil Wawancara dengan Ibu Sulimah:

“Manajemen hubungan pelanggan dan loyalitas itu saling berkaitan, meskipun nasabah sudah tidak ada kredit di BPR ini tetapi kami masih menjaga hubungan pelanggan dengan baik dan masih sering menghubunginya, kalau bisa menjaga dan jangan ada permasalahan dan tetap menjaga keloylan terhadap nasabah.”²⁰

¹⁸Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Salafuddin, *Customer Service/CS* “BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati”, tanggal 17 April 2018, Pukul 09.30 WIB

¹⁹Hasil Wawancara dengan Bapak Sutyono, *Kabag Pemasaran* “BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati”, tanggal 15 April 2018 , Pukul 09.45 WIB

²⁰Hasil Wawancara dengan Ibu Sulimah, selaku *Kepala Bagian Umum atau SDM* PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati Pada tanggal 10 April 2018 Pukul 09.15 WIB

Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Salafuddin:

“Terdapat keterkaitan antara manajemen hubungan pelanggan dan loyalitas nasabah, keduanya saling berhubungan dan sebagai lembaga penyambung anatara BPR dengan nasabah.”²¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa keterkaitannya memang tidak bisa kita pungkiri bila kepuasan nasabah menjadi salah satu focus utama para pengusaha maupun perilaku pasar ketika menawarkan sebuah produk. Tanpa memelihara loyalitas dan tanpa adanya hubungan baik antara customer dengan pihak perusahaan, bisa dipastikan bila pemasaran yang dijalankan kurang bekerja secara maksimal dan roda bisnis yang dijalankan belum berhasil memenangkan persaingan pasar yang semakin hari semakin ramai. Karenanya, sebuah perusahaan membutuhkan strategi manajemen hubungan pelanggan untuk mempertahankan kejayaan bisnisnya dalam jangka waktu yang cukup lama.

Manajemen hubungan pelanggan membantu perusahaan untuk meningkatkan loyalitas nasabah dan memungkinkan perusahaan mengidentifikasi dan membidik pelanggan terbaiknya, yaitu mereka yang menguntungkan perusahaan, sehingga mereka dapat dipertahankan menjadi nasabah yang setia untuk jangka panjang. Mereka diharapkan akan memberikan keuntungan lebih besar bagi perusahaan.²²

²¹Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Salafuddin, *Customer Service/CS* “BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati”, tanggal 19 April 2018, Pukul 09.23 WIB

²²Hasil Observasi di PT BPR Artha Huda Abadi Margoyoso Pati, pada tanggal 18 April 2018

C. Analisis

1. Analisis Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan

Perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat. Strategi untuk mewujudkan dan untuk meningkatkan strategi manajemen hubungan pelanggan di perusahaan memiliki beberapa langkah-langkah meliputi:

- a. Melakukan pengidentifikasian karakteristik dari setiap nasabah yang ada.
- b. Hubungan yang erat dengan pelanggan : ini dapat mengetahui identitas, profil, sejarah, persyaratan, harapan dan pilihan dari nasabah bahwa perusahaan telah melayaninya.
- c. Menciptakan / strategi yang proaktif dan rencana pelaksanaannya atau metode bisnisnya, yang dapat menjawab kebutuhan pelanggan, dimulai dengan segmen pelanggan yang paling potensial.
- d. Pengembangan jaringan : perusahaan akan mengidentifikasi, menjelaskan dan mengelola hubungan dengan anggota jaringan perusahaan ini. Jaringan ini termasuk anggota eksternal seperti mitra dan pemilik / investor, serta pihak internal yang sama pentingnya, yaitu karyawan.²³

Sedangkan strategi yang digunakan BPR ini melalui beberapa pendekatan, diantaranya:

1. Memberikan bantuan di sekolah-sekolah berupa beasiswa.
2. Mengadakan event pada saat ada acara di lingkungan BPR.
3. Ikut andil dalam acara sedekah bumi.
4. Memberikan santunan pada nasabah yang masih aktif tetapi sudah meninggal dunia.
5. Melakukan edukasi OJK 4 kali dalam 1 tahun.

²³ Tunggal, *Dasar – Dasar Customer Relationship Management (CRM)*, Harvindo, Jakarta, 2008, hlm. 49.

Keberhasilan strategi manajemen hubungan pelanggan di BPR ini didukung oleh 2 faktor, yaitu:

1. Manusia

Orang yang terlibat dalam hal ini adalah karyawan sebagai pelaksana manajemen hubungan pelanggan. Pada dimensi SDM, factor kunci yang harus diperhatikan adalah seperti struktur organisasi, peran dan tanggungjawab, budaya perusahaan, prosedur dan program change manajemen secara menyeluruh. Untuk mengelola hubungan atau relasi dengan nasabah diperlukan personal touch atau sentuhan-sentuhan pribadi dan manusiawi. Diperlukan attitude dan semangat dari dalam pelaku bisnis untuk lebih proaktif dalam menggali dan mengenal nasabahnya lebih dalam agar dapat lebih memuaskan mereka.

2. Teknologi

Teknologi yang digunakan untuk mencari informasi tentang nasabah berupa alat komunikasi seperti, Hp, WhatsApp, dan Instagram. Adanya alat komunikasi bisa mendapatkan informasi sejelas-jelasnya tentang nasabah lama dan nasabah baru. Teknologi yang paling penting digunakan di lembaga ini adalah BI checking, teknologi ini digunakan untuk mengetahui history nasabah tentang riwayat kredit dengan itu dapat mempermudah bank untuk mendapat informasi atau tingkah laku para nasabah. Sesuai peraturan BI checking yang dulu di akui oleh Bank Indonesia sekarang

namanya diganti SLIK (ideb) yang bertanggungjawab adalah OJK.

Strategi hubungan pelanggan sangatlah penting dalam menciptakan loyalitas nasabah. Manajemen hubungan pelanggan didasarkan pada prinsip dasar yang menyatakan bahwa layanan yang baik tidak menjamin kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan tidak menjamin loyalitas. Karena itu timbul kebutuhan akan hubungan pelanggan yang kuat untuk membangun loyalitas.

2. Analisis Loyalitas Nasabah

Dewasa ini perusahaan-perusahaan di Indonesia berkembang dengan cukup pesat, hal ini tidak terlepas dari pengaruh globalisasi, yang diuntungkan dari hal ini adalah masyarakat atau konsumen. Kebutuhan konsumen dapat terpenuhi bahkan memiliki lebih banyak alternative dalam penentuan produk untuk memenuhi kebutuhannya. Kompetisi antara perusahaan semakin berat, oleh karena itu perusahaan berupaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, maka di buatlah program-program loyalitas nasabah..

Loyalitas pelanggan merupakan susunan dari lima elemen yaitu keseluruhan kepuasan pelanggan, rendah atau ketidak teraturan dari tingkat kepuasan membatalkan pelanggan bagi perusahaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, komitmen pelanggan untuk menciptakan pembelian berulang di dalam sebuah hubungan dengan perusahaan, keinginan pelanggan untuk menjadi pembeli ulang, keinginan pelanggan untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, serta daya tahan pelanggan untuk berpindah ke pesaing.

Mempertahankan nasabah itu lebih sulit daripada mendapatkan nasabah baru. Setiap usaha bisnis memang akan bersaing untuk

mempertahankan nasabah. Perusahaan ini mempunyai cara tersendiri untuk mempertahankan nasabah, diantaranya:

- a. Melayani konsumen dengan ramah dan tulus.
- b. Berusaha selalu menepati janji pada nasabah.
- c. Memberikan bentuk suasana kekeluargaan pada saat melayani nasabah.
- d. Membentuk ikatan psikologis, contohnya memberi ucapan di hari – hari besar atau pada saat waktu hari raya dan tahun baru lewat kartu ucapan atau dengan kirim chat. Cara ini untuk memperhatikan nasabah agar tidak berpindah ke tempat lain.

Menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal, merupakan jantung setiap bisnis. Manajer terus berupaya untuk membina pelanggan loyal, yang merupakan pelanggan retensi pelanggan dengan kemampuan untuk dapat memberikan rekomendasi. Upaya tersebut dilakukan oleh manajer, karena manajer yakin bahwa pelanggan merupakan dasar dari laba perusahaan.

Upaya untuk mempertahankan nasabah harus mendapatkan prioritas yang lebih besar dibandingkan untuk mendapatkan pelanggan baru, oleh karena itu loyalitas pelanggan berdasarkan kepuasan murni dan terus menerus merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin didapat oleh perusahaan. Tanpa memelihara loyalitas dan tanpa adanya hubungan baik antara customer dengan pihak perusahaan, bisa dipastikan bila pemasaran yang dijalankan kurang bekerja secara maksimal dan roda bisnis yang dijalankan belum berhasil memenangkan persaingan pasar yang semakin hari semakin ramai. Karenanya, sebuah perusahaan membutuhkan strategi manajemen hubungan pelanggan untuk mempertahankan kejayaan bisnisnya dalam jangka waktu yang cukup lama.