

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan pemaparan analisis dalam bab sebelumnya, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut yaitu:

1. Strategi manajemen hubungan pelanggan di BPR Artha Huda Abadi yaitu: Pertama, strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk memperoleh profit melalui manajemen hubungannya dengan pelanggan. Manajemen hubungan tersebut meliputi memperoleh pelanggan baru, meningkatkan pelayanan dan mempertahankan nasabah lama. Adapun tujuan utama dari manajemen hubungan pelanggan adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas perusahaan melalui pengertian yang lebih baik terhadap kebiasaan pelanggan. Manajemen hubungan pelanggan mempunyai fungsi sendiri untuk memudahkan perusahaan mengetahui, memahami, dan memberikan layanan personal yang sempurna. Focus terpenting disini adalah bagaimana perusahaan bisa memelihara pelanggan khususnya dalam melakukan kegiatan pemasaran, segala usaha dilakukan untuk dapat meraih pelanggan sebanyak-banyaknya. Kedua, dengan melihat semakin banyaknya kondisi pasar yang terpecah-pecah dan produk-produk baru yang timbul serta semakin beraneka ragam, peluang pelanggan semakin besar pula di dalam mendapatkan produk yang mereka inginkan serta sesuai dengan kebutuhan. Akan tetapi, saat ini hal yang penting bukan bagaimana menyampaikan produk perusahaan sampa ke tangan pelanggan, tetapi bagaimana cara perusahaan dapat menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. BPR juga mempunyai cara tersendiri untuk menjaga hubungan pelangganyaitu: menciptakan suatu strategi pelanggan yang dimulai dari memahami pelanggan mana yang ingin dibangun relasinya dan mana yang bukan. Setiap pelanggan memiliki

kebutuhan dan keinginan yang berbeda, demikian pula mereka memiliki nilai yang berbeda-beda dihadapan perusahaan. Intinya, kunci utama yang mendukung keberhasilan manajemen hubungan pelanggan adalah perubahan, baik perubahan dari segi system kerjanya, teknologi informasi, budaya kerja, serta peningkatan kemampuan sumber daya manusianya merupakan hal yang sangat penting.

2. Loyalitas Nasabah di BPR Artha Huda Abadi yaitu: Prinsip loyalitas di BPR ini adalah meskipun nasabah mengambil dana besar dari pihak lain tetapi mereka tetap menjaga dan setia terhadap produk BPR dan nasabah tidak pindah ke lain hati. Nasabah yang setia adalah mereka yang puas dengan produk dan layanan dari BPR, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapapun yang mereka kenal. Apabila BPR tidak memelihara loyalitas dan tanpa adanya hubungan baik antara customer dengan pihak perusahaan, bisa dipastikan pemasaran yang dijalankan kurang bekerja secara maksimal. Karenanya, BPR ini membutuhkan strategi manajemen hubungan pelanggan untuk mempertahankan kejayaan bisnisnya dalam jangka waktu yang cukup lama. Manajemen hubungan pelanggan dan loyalitas nasabah di BPR ini saling keterkaitan, karena sebagai suatu perjalanan strategik, proses, serta perubahan lembaga dan eknis dimana perusahaan berusaha untuk mengelola seputar perilaku pelanggan secara lebih baik.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, yang meliputi:

1. Cakupan penelitian ini masih terbatas mengenai manajemen hubungan pelanggan di BPR Artha Huda Abadi.
2. Cakupan penelitian ini masih terbatas mengenai loyalitas nasabah pada BPR Artha Huda Abadi Margoyoso pati.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis dapat memberi saran yaitu:

1. Untuk mengembangkan produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan nasabah yang selalu berubah. Keuntungan yang telah diraih saat ini tetap perlu ditingkatkan dan terus dikembangkan untuk setiap produk atau jasa perusahaan. Kedekatan emosional mampu menjalin hubungan lebih baik lagi dan dapat mendapat informasi secara lebih lengkap dari para nasabah.
2. Loyalitas nasabah merupakan perjalanan tanpa akhir. Persaingan usaha perbankan yang semakin kompetitif, keunggulan teknologi dan peningkatan SDM merupakan factor-faktor yang senantiasa selalu mendorong perubahan yang dinamis dalam sector perbankan di Indonesia. Situasi dan kondisi yang demikian, menyebabkan tidak ada jaminan bahwa loyalitas nasabah dalam sector perbankan akan berlangsung lama. Sebab itu, strategi dan hubungan pelanggan harus dapat menawarkan rangkaian jasa yang lebih luas untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan spesifik bagi para pelanggan potensial.

D. Penutup

Alhamdulillah, berkat rahmat, hidayah Allah SWT, skripsi ini berhasil penulis selesaikan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih banyak kekurangan apalagi mendekati kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan ilmu dan literature yang ada pada penulis. Namun kekurangan tersebut bukan berarti penulis lepas tanggung jawab secara ilmiah. Semoga tulisan ini memberikan manfaat bagi kita semua. Akhirnya semoga Allah senantiasa memberikan hidayah dan pertolongan pada hambaNya. Amiin...
Sekian dan terima kasih.