

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan terhadap data-daya yang diperoleh dalam melakukan penelitian, maka pada bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dan saran agar selanjutnya KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera agar selanjutnya lebih baik lagi dalam menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam meningkatkan citra perusahaan. Adapun kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah:

1. KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera menggunakan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) dalam menjalin hubungan dengan anggotanya. Dalam implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) sudah berjalan selama 9 tahun. Selain itu ada SOP atau aturan mengenai hubungan pegawai dengan anggotanya yaitu di mulai dari senyum, salam, sapa, dan ada layanan jembat bola. Dan untuk kepuasan anggota KSPPS BMT BUS telah meningkatkan mutu pelayanan dengan standar internasional dibuktikan dengan menerima sertifikat ISO 9001:2000 pada tanggal 16 Februari 2007 dengan nomor ID07/0857, KSPPS BMT BUS telah istiqomah mempertahankan mutu pelayanan kepada anggota berstandar internasional.
2. Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam meningkatkan citra pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Jepara melalui tiga dimensi yaitu manusia, proses dan prosedur, teknologi. Terkait dengan manusia

(*people*) yaitu karyawan. Semua karyawan dibekali dengan pelatihan atau *training* yaitu dengan melakukan pelatihan-pelatihan produk *knowledge* dan sistem *reward* (penghargaan) dan *punishment* (hukuman/denda). Sedangkan terkait proses dan prosedur, adanya prosedur atau SOP yang sudah ditetapkan KSPPS BMT BUS yaitu dengan layanan manual (jemput bola) dan digital online. Dan yang terahir terkait dengan teknologi, yaitu KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Jepara dalam menjalin hubungan dengan anggota melalui beberapa teknologi informasi dan komunikasi yang mampu memudahkan anggota bertransaksi dan mencari informasi yang dibutuhkan melalui aplikasi internet banking. Dan hambatan yang dihadapi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dalam menjaga eksistensinya di mata masyarakat berhubungan dengan popularitas, konsistensi, membangun persepsi masyarakat, persaingan, dan bermain di era digital. Selain hambatan tersebut juga terdapat dua hambatan dalam menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu pada penerapan layanan manual dan layanan digital online. Hambatannya adalah terbatasnya karyawan dan tidak ada jaringan.

Dalam hal ini, implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) di KSPPS BMT BUS cabang Jepara cukup baik dan cukup efektif, dibuktikan dengan perkembangan anggota KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Jepara yang setiap tahun mengalami peningkatan. Selain itu, dari hasil penelitian wawancara dengan anggota menyatakan bahwa semua anggota mempunyai kesan dan pengalaman tersendiri atas pelayanan di KSPPS BMT BUS dan mayoritas anggota percaya dan yakin dengan bertransaksi di KSPPS BMT BUS, karena pelayanan/servis yang baik, sederhana, mudah, cepat, nyaman, dan aman. Dengan

demikian, muncul adanya citra positif terhadap BMT BUS.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran-saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah:

1. Bagi KSPPS BMT BUS, diharapkan dapat menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) yang lebih baik lagi dan dapat menambah program atau *software* (aplikasi) yang dapat digunakan dengan mudah oleh para anggota untuk bisa melihat perkembangan produk atau jasa yang ada dengan cepat sehingga terjalin komunikasi yang konsisten dan berkelanjutan. Selain itu perlu ada sosialisasi atau informasi kepada anggota tentang program digital online (aplikasi) yang sudah ada, agar para anggota menggunakan dan memanfaatkan layanan digital tersebut. Mengenai layanan jemput bola yang telah dilakukan pegawai kepada anggota, dimana strategi ini memang ideal untuk dipraktekkan, akan tetapi untuk kedepannya perlu ada tambahan strategi yang lebih, mengingat ada masalah/keluhan yang berkaitan dengan anggota, untuk mengantisipasi hal tersebut. Seperti lebih fokus pada keinginan dan kebutuhan anggota supaya anggota merasa puas dan loyal, nasabah akan meningkat dan citra perusahaan akan naik.