

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pemaparan pembahasan yang telah peneliti uraikan di atas dapat ditarik simpulan atau gagasan akhir yaitu sebagai berikut:

1. BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus melakukan implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) yang terdiri dari 3 komponen yaitu *People*, *Proses* dan *Teknologi* telah diimplementasikan dengan baik oleh BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus. Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) tersebut selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Lukas. Namun, pada aspek proses dalam tahap diferensiasi belum dapat diimplementasikan secara sempurna karena BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus menganggap semua anggota BMT memiliki hak dan kualitas layanan yang sama. Kemudian terkait aspek teknologi, alat penunjang yang digunakan oleh BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus dalam memaksimalkan pelayanan adalah *yaummi mobile*, dan MPQ.
2. Hambatan yang dihadapi oleh BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus dalam implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) yaitu: perbedaan karakter para anggota BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus disebabkan oleh personalitas dari tiap anggota, kecendrungan emosi atau perasaan yang tidak baik menyebabkan personalitas yang tidak baik juga. Kemudian, adanya *miss communication* di BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus disebabkan oleh kurangnya staff BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus memahami isi informasi yang disampaikan, selain itu juga disebabkan oleh kesenjangan antara informasi yang disampaikan dengan informasi yang diterima oleh staff BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus. Selain itu, pada awal bulan BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus mengalami *error* pada aplikasi *yaummi mobile*, hal tersebut

dikarenakan terjadi kesalahan sistem pada BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Pusat yang sedang berupaya melakukan *maintenance* guna memaksimalkan kinerja aplikasi *yaummi mobile*.

3. Solusi yang dilakukan oleh BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus dalam menghadapi hambatan-hambatan implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) antara lain yaitu melakukan pendekatan komunikasi yang bersifat informal sebagai upaya yang ideal dikarenakan komunikasi informal bersifat interaktif, fleksibel, sehingga dianggap mampu mengintegrasikan berbagai ide dan gagasan dari para anggota. Pelaksanaan *monitoring* dan evaluasi secara berkala dianggap mampu memperbaiki serta meningkatkan efektivitas dalam bekerja dan memitigasi terjadinya miskomunikasi. Selain itu, solusi yang dilakukan untuk mengatasi *error* pada aplikasi *yaummi mobile* adalah selain melakukan *maintenance* secara berkala, kerjasama dengan pihak Indomaret/Alfamart dianggap menjadi solusi yang tepat apabila terjadi *error*, anggota tidak perlu ke kantor cukup datang ke Indomaret/Alfamart untuk melakukan kegiatan transaksi.

B. Saran

Peneliti setelah melakukan penelitian terhadap implementasi *customer relationship management* (CRM) dalam meningkatkan loyalitas nasabah pembiayaan murabahah (studi kasus BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus) peneliti memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan pembahasan pada penelitian ini:

1. BMT sebaiknya lebih meningkatkan CRM terutama pada aspek teknologi dengan cara memanfaatkan media sosial guna memperoleh serta mendapatkan informasi kepada anggota maupun calon anggota. Salah satunya dengan cara menawarkan produk atau keunggulan BMT melalui internet khususnya BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus.
2. BMT harus lebih aktif dalam mengidentifikasi hambatan-hambatan yang akan terjadi maupun sudah terjadi,

sehingga kepercayaan anggota untuk bekerjasama dalam berbisnis dapat berjalan dalam jangka yang panjang.

3. Untuk menjaga loyalitas anggota, BMT Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Kudus perlu memaksimalan penggunaan alat komunikasi baik berupa SMS, email yang bersifat personal guna menjaga komunikasi dengan anggota. Sehingga komunikasi yang dijalin baik antara pihak BMT dan anggota dapat memperkuat hubungan dalam jangka panjang.

