

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, yang mengacu pada penyelesaian terhadap rumusan masalah yaitu tentang peranan strategi *relationship marketing* dalam meningkatkan nasabah di BMT Lantasir Kediri dan mencocokkan dari hasil perolehan data yang ada di lapangan, maka peneliti simpulkan sebagai berikut:

1. Strategi *relationship marketing* yang dilakukan BMT Lantasir Kediri adalah mengenal dan mendekatkan hubungan kepada nasabah yang ditunjukkan dengan cara promosi produk, melakukan survei nasabah, memberikan *service* yang memuaskan, membagikan *souvenir*, membagikan kupon undian, tawar-menawar harga, serta mempererat tali silaturahmi kepada nasabah. Dengan cara tersebut, BMT Lantasir Kediri berusaha membuat nasabah merasa diperhatikan dan membuat mereka tetap bertahan sebagai nasabahnya.
1. Peranan strategi *relationship marketing* dalam meningkatkan nasabah di BMT Lantasir Kediri adalah menjadikan nasabah loyal terhadap BMT Lantasir Kediri, mempertahankan nasabah, menciptakan promosi (*Word Of Mouth*) dan mempererat tali silaturahmi. BMT Lantasir Kediri menerapkan strategi *relationship marketing* dengan memfokuskan perhatian kepada nasabahnya yaitu

dengan cara memperhatikan dan mengutamakan nasabah dalam segala hal aktivitas maupun program yang dilakukan. Sehingga nasabah menjadi pihak yang selalu didahulukan dengan harapan akan merasa puas, nyaman dan akhirnya menjadi percaya kepada perusahaan. Untuk meningkatkan nasabah, lembaga keuangan harus memiliki hubungan yang baik dengan nasabah. Hubungan baik yang terjaga dapat menimbulkan adanya kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah berdampak kepada kemauan nasabah untuk merekomendasikan BMT tersebut kepada orang lain secara terus menerus yang akhirnya menuju kepada peningkatan jumlah nasabah. Tujuannya adalah nasabah akan memberikan keuntungan jangka panjang (*long term*) bagi perusahaan. Nasabah akan memberikan kontribusi yang menguntungkan bagi BMT Lantasis Kediri yaitu berupa profit bagi perusahaan.

B. Saran

Strategi *relationship marketing* di BMT Lantasis Kediri sudah berjalan dengan baik. Untuk mencapai tujuan yang lebih optimal dan sesuai dengan harapan maka peneliti menyumbangkan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dan proses pengembangan lebih lanjut. Adapun saran-saran yang dimaksud diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, alangkah baiknya jika dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai rujukan penelitian dengan perspektif yang lebih luas dan

tidak hanya dilihat dari sudut pandang *relationship marketing* saja, sehingga dapat memperkaya khasanah intelektual mengenai *relationship marketing*.

2. Bagi BMT Lantasir Kediri, pada kegiatan penelitian ini peneliti menemukan catatan penting dari nasabah yaitu adanya keluhan nasabah terkait dengan sistem antrian di BMT Lantasir Kediri. Oleh karena itu hendaknya BMT Lantasir Kediri menggunakan nomor antrian agar memudahkan para nasabah untuk bertransaksi. Akan tetapi dalam hal infrastruktur kantor, BMT Lantasir Kediri sudah sangat bagus dan sangat memadai dibandingkan dengan BMT lainnya. Tempatnya yang sangat luas dan nyaman membuat nasabah betah berada di dalam kantor BMT Lantasir Kediri.