

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada strategi *Customer Relationship Management* pada hasanah *card* yang di ambil oleh PT Bank Syariah Indonesia dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi *customer relationship management* yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah hasanah *card* sangat beragam diantaranya, layanan *BSI Mobile* yang merupakan upaya BSI untuk memudahkan nasabah hasanah *card* dalam membayar tagihannya. BSI juga menyediakan layanan *E-Billing* yang merupakan sebuah layanan yang memberikan kemudahan informasi tagihan hasanah *card* yang dikirimkan melalui *email* nasabah. Selanjutnya terdapat layanan *smart bill* yang dapat dimanfaatkan nasabah hasanah *card* untuk melakukan pembayaran tagihan listrik, telkom, dan TV berlangganan secara autodebet.
2. Melalui penerapan *customer relationship management*, perusahaan dapat meningkatkan keuntungan dan jumlah nasabahnya serta dapat meningkatkan efektivitas pelayanan pada Bank Syariah Indonesia. Tak hanya itu, melalui CRM, nasabah dapat efisiensi waktu serta dapat memberikan keuntungan kepada nasabah hasanah *card* dengan mengadakan program promo sesuai dengan kebutuhan nasabah.

3. Kendala dalam penerapan CRM yang direalisasikan BSI diantaranya, kurangnya pengetahuan *customer service* terhadap program promo produk hasanah *card*, dan penerapan fitur *e-billing* yang kurang efektif dalam pemberian informasi tagihan hasanah *card*. Untuk mengatasi hal ini, BSI menyediakan beberapa solusi diantaranya, informasi terkait program promo hasanah *card* dapat diakses nasabah melalui *website* resmi BSI serta tersedia fitur notifikasi SMS yang memuat informasi transaksi dan tagihan hasanah *card*.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada Bank Syariah Indonesia dalam mengimplementasikan strategi CRM yaitu sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat lebih mengembangkan layanan BSI *Mobile* untuk hasanah *card* seperti menyediakan fitur untuk pengecekan saldo hasanah *card* pada BSI *Mobile* sehingga nasabah tidak perlu lagi datang ke ATM ataupun kantor cabang terdekat untuk melakukan pengecekan saldo. Tak hanya itu, BSI diharapkan lebih banyak lagi menggunakan media dalam memberikan informasi tagihan hasanah *card*. Tidak hanya menggunakan email, tetapi BSI sebaiknya juga menggunakan *WhatsApp* atau media lainnya dalam memberikan informasi peringatan tagihan nasabah. *Email* dianggap kurang efektif karena masih banyak nasabah hasanah *card* yang belum optimal dalam menggunakan *email*.
2. BSI sebaiknya memberlakukan promo yang sama untuk setiap jenis hasanah *card* yang dimiliki nasabah dan memberikan promo sesuai dengan

kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga hasanah *card* dapat dimanfaatkan nasabah secara optimal.

3. Dalam mengatasi kendala hasanah *card*, BSI sebaiknya tidak hanya menggunakan *website* dalam menginformasikan program promo yang berlaku, tetapi BSI sebaiknya juga menginformasikan program promo tersebut melalui notifikasi SMS dan *email* nasabah.

