

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Pada bagian akhir ini, penulis menarik kesimpulan mengenai Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* untuk meningkatkan loyalitas nasabah di PT Pegadaian UPS Salayo. Selanjutnya penulis juga memberikan saran-saran yang bersifat membangun dan penulis berharap agar dapat berguna bagi perusahaan maupun pembaca dimasa yang akan datang.

##### **1. Penerapan CRM Melalui Layanan Digital**

PT Pegadaian UPS Salayo telah memanfaatkan teknologi digital sebagai salah satu strategi dalam menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)*. Hal ini dibuktikan dengan kehadiran aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) yang memberikan kemudahan transaksi, informasi produk, dan layanan pelanggan secara real time. Melalui aplikasi ini, nasabah dapat dengan mudah memantau transaksi, mengakses fitur tabungan emas, cicilan emas, melihat riwayat pembelian, serta mendapatkan informasi terkini terkait harga emas dan promo.

##### **2. Pemanfaatan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Sebagai Alat CRM**

Melalui aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), perusahaan menyediakan berbagai fitur seperti pencatatan transaksi nasabah, grafik harga emas, metode pembayaran yang fleksibel, dan informasi produk yang lengkap. Aplikasi ini menjadi sarana efektif dalam memperkuat

interaksi dengan nasabah karena dapat diakses kapan saja dan di mana saja, sehingga memberikan kenyamanan serta kecepatan dalam transaksi.

### 3. Digitalisasi Data Mendukung Segmentasi Pasar yang Akurat

Data nasabah dimanfaatkan untuk melakukan segmentasi nasabah secara rinci berdasarkan usia, jenis kelamin, serta pekerjaan. Dari data tahun 2020-2024 tersebut diketahui bahwa mayoritas nasabah adalah perempuan, mayoritas nasabah berusia 31-45 tahun, dan bekerja sebagai Pedagang dan Pegawai Negeri Sipil (PNS). Segmentasi ini membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, seperti edukasi produk pegadaian dan tata cara kelola keuangan yang dilaksanakan di instansi pemerintahan yang dinamakan kegiatan literasi dan pendekatan langsung (canvassing) kepada Pedagang dan pelaku UMKM.

### 4. Layanan Customer Facing Meningkatkan Kualitas Interaksi

CRM dijalankan melalui pelayanan langsung oleh karyawan kepada nasabah, baik dalam bentuk tatap muka di outlet maupun melalui media komunikasi seperti telepon dan aplikasi. Staf kasir, petugas penjualan (BPO), serta pengelola lainnya memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi produk, memproses transaksi, dan menanggapi keluhan secara cepat dan ramah. Bentuk pelayanan ini sangat berperan dalam menciptakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

### 5. Penanganan Nasabah Bermasalah Dilakukan Secara Terstruktur

Salah satu bentuk implementasi CRM adalah dengan melakukan penanganan terhadap nasabah yang mengalami kendala dalam pembayaran. Pegadaian UPS Salayo telah menyusun sistem peringatan bertahap, mulai dari menghubungi nasabah, kunjungan langsung ke rumah, hingga pembatasan akses terhadap produk Pegadaian dan pencatatan dalam sistem BI-checking. Tindakan ini bertujuan untuk mendorong tanggung jawab nasabah serta menjaga kredibilitas institusi.

6. Personal Selling Berbasis Data CRM Meningkatkan Efektivitas Penjualan

CRM juga diterapkan dalam bentuk pemasaran personal, yaitu strategi penawaran produk kepada nasabah yang telah menyelesaikan transaksi sebelumnya. Melalui data yang dikumpulkan dari sistem digital, pegawai dapat memberikan promosi secara langsung dan menyesuaikan penawaran dengan preferensi atau riwayat transaksi nasabah, sehingga lebih tepat sasaran dan efektif dalam meningkatkan pesanan berulang (*Repeat order*).

7. Layanan Informasi yang Terintegrasi Meningkatkan Keterlibatan Nasabah

Informasi mengenai produk, promo, serta layanan Pegadaian disampaikan secara teratur melalui berbagai saluran seperti brosur, media sosial, dan papan pengumuman. Langkah ini membantu meningkatkan pemahaman dan keterlibatan nasabah terhadap produk-produk Pegadaian. Keterbukaan informasi ini juga menciptakan transparansi yang mendorong nasabah untuk terus melakukan transaksi.

8. CRM Meningkatkan Efisiensi dan Kinerja Layanan Perusahaan

Dengan adanya sistem CRM, perusahaan dapat mengelola waktu, tenaga, dan biaya pemasaran secara lebih efisien. Teknologi digital yang digunakan memungkinkan proses pelayanan menjadi lebih cepat, akurat, dan terukur. Selain itu, CRM juga membantu perusahaan dalam menetapkan target penjualan, evaluasi layanan, dan penyusunan strategi bisnis jangka panjang berdasarkan data riil dari lapangan.

#### 9. Loyalitas Nasabah Terbangun dari Kombinasi Pelayanan, Teknologi, dan Komunikasi

Keseluruhan strategi CRM yang dilakukan oleh Pegadaian UPS Salayo baik melalui aplikasi digital, pelayanan langsung, literasi masyarakat, hingga pemanfaatan data pelanggan mampu membangun loyalitas nasabah secara konsisten. Hal ini ditandai dengan tingginya tingkat transaksi berulang serta peningkatan jumlah nasabah setiap tahun. Komitmen terhadap kualitas pelayanan dan inovasi berkelanjutan menjadi kunci utama keberhasilan CRM di perusahaan ini.

### 5.2 Saran

1. Pegadaian diharapkan terus memperbarui dan menyempurnakan aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS), terutama dalam hal tampilan dan fitur bantuan, agar pengguna baru dan lama dapat bertransaksi dengan lebih mudah dan nyaman.
2. Perlu dilakukan sosialisasi dan edukasi tentang produk Pegadaian, khususnya produk syariah, melalui berbagai media dan kegiatan langsung seperti seminar atau literasi keuangan di sekolah, kantor, dan pasar.

3. Pegawai sebaiknya rutin menghubungi nasabah yang sudah pernah menggunakan layanan untuk menawarkan produk lain, promo, atau informasi penting lainnya guna menjaga hubungan dan mendorong pembelian ulang.

4. Dalam menghadapi nasabah yang menunggak pembayaran, perusahaan sebaiknya memberikan peringatan secara bertahap dan memberikan solusi seperti perpanjangan waktu pembayaran sebelum mengambil tindakan lebih lanjut.

5. Pegadaian disarankan memberikan pelatihan rutin kepada seluruh pegawai mengenai pelayanan nasabah, penggunaan sistem digital, dan komunikasi efektif, agar kualitas layanan semakin meningkat dan profesional.

