

## BAB VI

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan Implementasi *Customer Relationship Management* Berbasis Media Sosial untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus pada Natya Buket Pucanglaban Tulungagung), dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi *Customer Relationship Management* berbasis media sosial pada Natya Buket untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui 3 tahapan, yaitu: a) Menjaring pelanggan baru. Hal ini diterapkan dalam kegiatan menjawab pertanyaan konsumen dengan ramah dan senyum. Selain itu juga memberikan contoh produk sesuai dengan aslinya. b) Meningkatkan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan dari pelanggan yang ada. Dalam hal ini, Natya Buket mendengarkan dan menerima komentar, keluhan, serta saran dari pelanggan baik langsung maupun melalui media sosial yang digunakan. Saran dari pelanggan adalah bahan pengembangan bisnis Natya Buket c) Mempertahankan pelanggan yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup. Natya Buket memberikan sapaan langsung kepada pelanggan baik umum atau pribadi, memberikan pelayanan yang ramah dan memberikan konten menarik seperti *give away*.

2. Dalam perspektif manajemen bisnis syariah, implementasi *Customer Relationship Management* berbasis media sosial untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di Natya Buket dapat dikemukakan sebagai berikut:
  - a) Dalam menjaring pelanggan baru, Natya Buket mengutamakan akhlak, dimana akhlak merupakan sumber utama keberhasilan seorang pebisnis syariah. Hal ini sebagaimana dicontohkan Rasulullah dalam kegiatan bisnisnya maupun menjalin hubungan dengan orang lain.
  - b) Dalam meningkatkan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan dari pelanggan yang ada, Natya Buket mengutamakan pembelajaran dalam operasional bisnisnya melalui komentar, keluhan dan saran dari pelanggan.
  - c) Dalam mempertahankan pelanggan yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup, Natya Buket mengutamakan pelayanan dan silaturahmi.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Pelaku Usaha**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan atau masukan dalam mengimplementasikan *Customer Relationship*

*Management* berbasis media sosial yang lebih baik di masa yang akan datang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan juga mengembangkan bisnis. Serta menjadi bahan masukan dalam pengoptimalan pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan

## 2. Bagi Pelanggan

Penelitian ini diharapkan dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai suatu produk dan memudahkan untuk melakukan pemesanan produk dari usaha tersebut.

## 3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai pelaksanaan *Customer Relationship Management* yang dapat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang suatu bisnis serta mengetahui apa manfaat dan tujuan dari CRM dalam suatu bisnis.

## 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya dengan tema yang sama, tetapi dengan teknik analisis dan model yang lain, atau dengan memperluas objek penelitian sehingga dapat dilakukan proses verifikasi demi kemajuan ilmu pengetahuan.