BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilaksanakan di BMT Arjuna Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan tentang Daur Hidup produksi peningkatkan loyalitas nasabah dapat diambil beberapa kesimpulan. Kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1. Sesuai data yang diperoleh peneliti, bahwa implementasi daur hidup produksi yang ada di BMT Arjuna Purwosari Pasuruan masih mulai pada tahap kedewasaan. Tahun 2007 merupakan tahap pengembangan produk yang masih menekankan gagasan sebuah ide produk, pada tahun 2008-2011 merupakan tahap perkenalan produk dan pertumbuhan produk. Pada tahap perkenalan BMT Arjuna menekankan strategi promosi dikarenakan pada tahap ini produk benar-benar masih baru dan masyarakat belum mengenal serta belum mengetahui sistem yang diterapkan. Promosi yang diterapkan pada tahap perkenalan adalah periklanan, promosi penjualan, *personal selling* dan publisitas. Pada tahun 2012-2014 adalah tahap pertumbuhan bagi BMT Arjuna, masyarakat sudah mengenal produk dan sistem yang diterapkan oleh BMT Arjuna dan pesaing mulai masuk pasar, meskipun demikian strategi promosi tetap diterapkan dan ditambah lagi strategi distribusi pada tahap pertumbuhan ini serta memaksimumkan pangsa pasar. Pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tahun 2015 BMT Arjuna mulai masuk pada tahap kedewasaan sehingga strategi yang dilakukan oleh BMT Arjuna adalah tetap mempertahankan dan memaksimumkan pangsa pasar.

BMT Arjuna dalam mendesain produknya untuk meningkatkan loyalitas nasabahnya dengan menggunakan cara yaitu 1. Menentukan logo dan moto; 2. Menciptakan merek; 3. Menciptakan kemasan; 4. Menciptakan label.

2. Setelah adanya implementasi daur hidup produksi yang ada di BMT Arjuna. Maka loyalitas atau jumlah nasabah terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Cara yang dilakukan BMT Arjuna dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya yaitu 1. Memberikan perhatian kepada nasabahnya; 2. Saling menguntungkan; 3. Ada tindak lanjut mengenai nasabah; 4. Memberikan keuntungan kepada nasabah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa permasalahan yang belum terpecahkan, sehingga peneliti mengajukan beberapa saran. Saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Bagi BMT Arjuna
   a. Pihak BMT Arjuna sebaiknya lebih meningkatkan promosi kepada masyarakat menengah ke atas karena masih minim masyarakat kalangan atas yang menjadi nasabah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Pihak BMT Arjuna sudah seharusnya membuka kantor cabang mengingat jumlah nasabah yang sudah mencapai ribuan sehingga kenyamanan nasabah akan terpenuhi dengan baik.

2. Calon Nasabah

   Bagi calon nasabah, sebelum menjadi nasabah baru agar untuk membaca dengan teliti akad-akad yang ditawarkan dan jangan bosan-bosan untuk bertanya kepada pihak yang bertugas.

3. Peneliti Selanjutnya

   Bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik atau akan meneliti lebih dalam mengenai strategi daur hidup produk dan desain produk BMT, diharapkan penelitian dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Abdullah, Amin. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo, 2007.

Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah.* Bandung: Alfabeta, 2010.

Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah.* Jakarta: Rajawali Press, 2008.

Ayu, Gusti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pt Bpr Hoki Di Kabupaten Tabanan". Tesis--Udayana, Denpasar, 2014.

Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam (Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha).* Bandung: Alfa Beta, 2013.

Basrowi, Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.

Buchory,Herry Achmad dan Djaslim Saladin. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah.* Bandung: Linda Karya,2006.

Creswell, John W. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.

Departemen Agama. *Al Qur'an & Terjemahannya.* Bandung: J-Art, 2004.

Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islami (Tataran Teoritis dn Praktisis).* Malang: UIN Press, 2008.

Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Islam.* Jakarta: Kencana, 2013.

Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik.* Malang: Bumi Aksara, 2013.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasan, Ali. *Maeketing Bank Syariah (Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah).* Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

_____. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.

Hasan, Ali. "Analisis Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah". Tesis--UII, Yogyakarta,1996.

Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2010

Indranata, Iskandar. *Pendekatan Kualitatif Untuk Pengendalian Kualitas*. Jakarta: UIP, 2008.

Karim ,Adiwarman. *Bank Islam* (*Analisis Fiqh dan Keuanga*n). Jakarta: Rajawali, 2003.

Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2004.

Kotler, *Philip* dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas), Cetakan. Ketiga*. Jakarta: PT. Indeks, 2008.

Krismanto, Adi. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura)". Tesis--Undip, Semarang, 2009.

Nafik, Muhammad. *Benarkah Bunga Haram? (Perbandingan Sistem Bunga dengan Bagi Hasil dan Dampaknya pada Perekonomian)*, Surabaya: Amanah Pustaka, 2009.

Narbuko, Cholid dkk. *Metodologi Penelitian*, cet.8. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nawawi, Ismail. *Manajemen Perbankan Syariah (Teori, Pengantar Praktik dan Isu-isu Kontemporer Perkembangan dan Pengembangan Industri Perbankan Syariah).* Jakarta: VIV Press, 2014.

Rodoni, Ahmad. *Lembaga Keuangan Syariah.* Jakarta: Zikrul, 2008.

Safriani, Ulfa. "Pengaruh Strategi Shar-E terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia cabang Yogyakarta)". Tesis—UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2008.

Sangaji, Etta Mamang, Sopiah. *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis).* Yogyakarta: Andi, 2013.

Sulisyanto. *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis.* Yogyakarta: Andi, 2010.

Tjiptono, Fandi. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi, 2000.

Triyuwono, Iwan. *Akuntansi Syariah (Perspektif, Metodologi, dan Teori.* Jakarta: Rajawali Press, 2009.

Wahyudi, Ilham. "Efektifitas Strategi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi pada BMT MMU Sidogiri Pasuruan)". Tesis--UIN Sunan Ampel, Surabaya,2014.

Wijaya, Amin. *Manajemen Pemasaran Kontemporer.* Jakarta:Harvarindo, 2003.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id