

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui data-data dokumentasi dan interview, seperti yang dijelaskan dalam bab sebelumnya, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dilihat dari beberapa aspek yang ada di paparan data, yang meliputi pentingnya iklan, fungsi, tujuan, media, strategi (strategi pemilihan media, strategi pemilihan halaman, strategi waktu penayangan), anggaran, alur, dampak, dan kendala jika ditinjau menurut syari'ah Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik mulai dari alur proses pemasangan hingga akhir (pengambilan hadiah bagi pemenang), telah sesuai dengan perspektif syariah, yaitu Jujur (*Shidiq*), terpercaya (*Amanah*), komunikatif (*Tabligh*), dan cerdas (*Fathanah*), yang sesuai dengan faktor kunci sukses dalam berbisnis menurut syariah. Sedangkan Hadiah dari Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik adalah *Mubah* (boleh), karena hadiah berasal dari PT. Semen Gresik Tbk, bukan dari peserta. (sesuai dengan Fatwa MUI dan Fatwa PBNU menyikapi tentang SMS berhadiah)

5.2. Saran

Setelah mengetahui implementasi iklan kuis rumah kokoh semen gresik melalui media cetak di PT. Semen Gresik Tbk ditinjau dari perspektif syari' ah, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran antara lain:

- a. PT. Semen Gresik Tbk khususnya Biro Komunikasi Pemasaran, perlu mempertahankan kondisi yang selama ini telah berjalan dengan baik, seperti menjalin hubungan dengan pihak rekanan atau pihak Simpati Advertising yang selama ini telah bekerjasama dalam menyukseskan iklan yang mengarah ke pendidikan dan adanya *reward* ke masyarakat luas.
- b. Perusahaan bisa mencoba dengan media lain, tidak hanya melalui media cetak, namun juga menggunakan media-media online, seperti: web, blog, atau akun social, karena pada saat ini pertumbuhan teknologi semakin tinggi, tetapi untuk penanggung jawabnya tetap dari pihak rekanan agar Perusahaan tidak mempunyai beban ke arah teknis.
- c. Program iklan kuis rumah kokoh semen gresik melalui media cetak di PT. Semen Gresik Tbk berdampak positif terhadap *brand awareness* masyarakat, sehingga lebih baik diteruskan, namun harus adanya inovasi-inovasi materi, agar masyarakat tidak bosan.
- d. PT. Semen Gresik Tbk agar selalu tetap mempertahankan kedekatan perusahaan terhadap masyarakat, dan tetap menggunakan cara-cara yang halal baik proses maupun hasil dalam berbisnis.
- e. Perusahaan harus tetap mengevaluasi kinerja dari rekanan, apalagi kerja sama ini dalam jangka waktu yang panjang, agar tidak sampai ada yang merasa dirugikan.
- f. Program komunitas yang nantinya akan dibuat oleh Perusahaan untuk tujuan jangka panjang dari Iklan Kuis Rumah Kokoh Semen Gresik nantinya akan berdampak positif bagi Perusahaan, dengan adanya

komunitas maka hubungan dengan masyarakat akan semakin mudah, baik saran, informasi maupun kritik. Tetapi program tersebut harus disusun atau direncanakan dengan matang, paling tidak output yang akan dihasilkan ada.

- g. Bagi peneliti lain dapat meneliti Iklan Kuis di perusahaan yang lain, atau dengan menggunakan perspektif yang berbeda.

