

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan secara mendalam dan komprehensif dalam skripsi ini. Baik, melalui pendekatan observasi lapangan, wawancara dengan para Narasumber terkait maupun kajian pustaka yang relevan. Maka, Peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan penting yang mencerminkan keseluruhan temuan penelitian, yakni sebagai berikut :

1. Mekanisme Pelaksanaan Program Berhadiah Produk Air Minum Le Minerale di PT. Cipta Niaga Semesta Branch Cirebon berjalan melalui komunikasi antar pribadi (Mulut ke Mulut) dari *Sales* Le Minerale kepada Konsumen dan mengetahui akan adanya Program “Gosok-Gosok Berhadiah” ini dilihat dari observasi yang dilanjut dengan Hasil wawancara oleh Peneliti. Sistem hologram yang terstruktur dan mengikat, di mana program "Gosok-Gosok Berhadiah" yang diselenggarakan oleh PT. Tirta Fresindo Jaya menawarkan lima kategori hadiah meliputi ibadah Umroh, uang tunai Rp. 100 juta, uang tunai Rp. 25 juta, 20 karton dan 2 karton Le Minerale 600 ml yang diperuntukkan secara eksklusif bagi seluruh pedagang mitra Le Minerale di Indonesia, dengan Mekanisme teknis yang seragam yakni Peserta menggunting dan menggosok hologram pada kemasan kardus hingga tulisan hadiah terlihat jelas kemudian menukarkannya kepada *Sales* Mayora atau Toko bertanda khusus, adapun untuk hadiah uang tunai pemenang diwajibkan melaporkan nomor rekening dan menyelesaikan biaya pengaktifan dana sebesar Rp. 350.000,- yang akan dikembalikan bersamaan dengan total hadiah. Sementara untuk hadiah Umroh pemenang diwajibkan memenuhi persyaratan Administrasi dengan jadwal keberangkatan yang sepenuhnya ditentukan oleh penyelenggara, di mana seluruh Program telah dilaksanakan di hadapan Notaris dan disaksikan oleh pihak Dinas Sosial serta Pemerintah Daerah

sebagai bentuk legalitas dan transparansi dan penyelenggara berhak mendiskualifikasi peserta apabila ditemukan kecurangan atau pelanggaran Syarat dan Ketentuan. Serta, seluruh keputusan Penyelenggara bersifat mutlak dan tidak dapat diganggu gugat sebagaimana diatur berdasarkan hukum yang berlaku di Republik Indonesia.

2. Persepsi Konsumen untuk Program Berhadiah pada Produk Air Minum Le Minerale dalam Meningkatkan Minat Beli di PT. Cipta Niaga Semesta Branch Cirebon terbukti bersifat Positif dan signifikan, di mana Program "Gosok-Gosok Berhadiah" berhasil mentransformasi Persepsi Konsumen yang semula memandang Le Minerale hanya sebagai kebutuhan air minum biasa menjadi sebuah peluang nyata untuk memperoleh hadiah bernilai tinggi, hal ini dibuktikan secara Empiris melalui lonjakan Minat beli dari 12% menjadi 28% per bulan atau meningkat sebesar 16% setelah Program diimplementasikan secara masif, yang mengonfirmasi bahwa Stimulus Psikologis melalui Program Berhadiah berkorelasi linear dengan keputusan pembelian konsumen di lapangan, adapun Persepsi Positif tersebut diperkuat melalui pengalaman nyata para Pedagang mitra yang telah membuktikan sendiri *klaim* hadiah mulai dari ibadah Umroh, uang tunai hingga Produk karton Le Minerale secara langsung. Sehingga, membangun keyakinan bahwa Program ini kredibel, transparan dan memberikan manfaat nyata dan keberhasilan Program ini, tidak terlepas dari Integrasi Bauran Pemasaran yang solid meliputi Produk berkualitas tinggi, harga yang kompetitif dan stabil, jaringan Distribusi yang luas hingga ke pelosok desa. Serta, strategi promosi "Gosok-Gosok Berhadiah" sebagai faktor dominan yang berhasil mengubah Persepsi Konsumen menjadi aksi pembelian yang berulang dan loyalitas jangka panjang terhadap Produk Le Minerale di wilayah Cirebon dan sekitarnya.
3. Tinjauan Ekonomi Syariah untuk Program Berhadiah yang diterapkan pada Produk air minum Le Minerale di PT. Cipta Niaga Semesta Branch Cirebon, maka Program ini telah dinyatakan Halal dari sudut pandang Ekonomi Syariah. Dikarenakan Program ini sudah sangat baik dengan

diawali dalam menjaga aspek Amanah (kepercayaan) dengan transparansi informasi, kemudahan *klaim* hadiah dan penyaluran hadiah (wujud) yang tepat tanpa adanya manipulasi. Dikatakan berjalan Halal, karena Program Berhadiah juga terbebas dari yang mengandung unsur *Riba* (Adanya Bunga) apabila hadiah diberikan sebagai hibah murni dari promosi tanpa beban tambahan bagi Konsumen atau pemenang. Dan, harus diakhiri berupa larangan seperti *Gharar* (ketidakjelasan) dan juga *Maysir* (perjudian) yang berada di dalamnya. Namun, Program ini dapat bergeser pemaknaanya dan tergolong menjadi Haram. Langkah ini diawali setelah mengetahui adanya unsur *Gharar* (ketidakpastian) yakni kurangnya informasi tentang peluang (*probabilitas*) atau persentase kemenangan. Hal ini, menimbulkan ketidakpastian yang berlebih, karena Konsumen membeli Produk Le Minerale bukan hanya untuk keperluan semata, tapi rasa berharap yang muncul kepada hadiah yang tidak jelas tersebut. Lalu diakhiri dengan adanya unsur *Maysir* (perjudian) apabila sebagian Konsumen niatnya membeli lebih banyak, demi peluang menang yang menimbulkan motivasi berbelanja bergeser dari kebutuhan menuju spekulasi dan ini mirip seperti *maysir* (perjudian). Walaupun jelas dikatakan bahwasannya sudah terhindar dari *Riba* (Adanya Bunga), Program ini tetaplah akan menjadi Haram, karena masih ditemukan larangan terhadap Prinsip Ekonomi Syariah seperti larangan pada *Gharar* (ketidakjelasan) dan juga *Maysir* (perjudian). Jadi, kesimpulan akhir menurut Peneliti Program Berhadiah ini sifatnya halal disertai pula dengan fatwa DSN-MUI untuk memperkuat landasan tersebut. Sehingga, sudah memenuhi Amanah (kepercayaan) dan bebas *Riba*, akan tetapi unsur *gharar* (ketidakjelasan) dan *maysir* (perjudian) yang membuatnya tidak sepenuhnya sesuai Prinsip Ekonomi Syariah yang akan menjadikan Program Berhadiah tersebut menjadi haram.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka Peneliti dapat memberikan beberapa saran, yakni sebagai berikut :

1. Bagi PT. Cipta Niaga Semesta Branch Cirebon, perusahaan sebaiknya menggunakan Hasil penelitian ini sebagai panduan Etis dalam menyusun strategi promosi berlandaskan Prinsip Ekonomi Syariah. Hal ini, sangat bermanfaat untuk memelihara peningkatan volume penjualan yang mengacu pada kestabilan dan bersifat jangka panjang di wilayah Cirebon.
2. Bagi Konsumen, Konsumen diharapkan dapat lebih memahami pentingnya kaidah dari Prinsip Ekonomi Syariah itu sendiri, etika bisnis halal dan nilai kearifan lokal untuk memilih Produk Le Minerale dalam rangka mengikuti Program Berhadiah. Dengan demikian, Konsumen dapat lebih bijak dalam melaksanakan pembelian dan tidak hanya berorientasi pada hadiah semata.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan bahan informasi tambahan bagi Peneliti selanjutnya yang mempunyai hasrat keinginan untuk mengkaji lebih dalam mengenai Program Berhadiah maupun Prinsip Ekonomi Syariah yang terkandung pada Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) atau penelitian yang sejenis di masa yang akan mendatang.