

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti menarik kesimpulan bahwa;

1. Bank Muamalat Indonesia menggunakan *MPR* tidak hanya sekedar memberikan informasi mengenai Shar-E saja namun juga memberikan edukasi mengenai perbankan syariah yang masih banyak salah kaprah di dalam masyarakat. Dengan adanya edukasi ini khalayak diharapkan dapat paham akan perbankan syariah dan menggunakan Shar-E sebagai produk syariah alternatif yang ditawarkan
2. *Budget* menjadi perhitungan tersendiri dalam menentukan kegiatan yang dilakukan. Sehingga dalam pemilihan kegiatan atau pun media yang digunakan menjadi selektif namun tetap harus dapat mencapai tujuan dan menjangkau khalayak yang diinginkan.
3. Publisitas merupakan media utama dalam memberikan informasi Shar-E kepada khalayak. BMI memanfaatkan secara optimal informasi yang diberikan melalui media cetak maupun elektronik. Karena publisitas melalui media dinilai efektif untuk memberikan informasi. Sehingga informasi mengenai Shar-E lebih banyak ditemukan oleh khalayak, khususnya media cetak.
4. Untuk memberikan informasi mengenai Shar-E, BMI melakukan pendekatan dengan strategi *push*, *pull* dan *pass*. Pemberian informasi tidak hanya dilakukan melalui kegiatan-kegiatan *MPR* saja namun juga dalam promosi yang dilakukan. Sehingga dalam memasarkan produk tidak hanya sekedar berjualan, namun juga memberikan pemahaman bahwa produk Shar-E memang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
5. Pengetahuan khalayak akan produk Shar-E sudah baik. Pengetahuan tersebut dapat dilihat dari pemahaman khalayak akan produk Shar-E, dimana pengetahuan khalayak mencakupi tiga

pengetahuan produk yakni pengetahuan akan atribut, manfaat dan kepuasan nilai akan Shar-E.

## **6.2 Saran**

### **6.2.1 Saran Akademis**

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan khasanah pengetahuan yang lebih beragam lagi dalam keterkaitan kegiatan *MPR* dalam memberikan pengetahuan produk kepada khalayak. Ini bisa dengan melihat bagaimana kegiatan *MPR* dalam mempengaruhi kognitif, afektif, dan konasi khalayak dalam lingkup perilaku khalayak. Sehingga tidak terbatas pada faktor pengetahuan saja.

### **6.2.2 Saran Praktis**

1. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, Bank Muamalat dapat memberikan informasi yang memadai mengenai Shar-E. Sarana dan kegiatan yang digunakan untuk memberikan informasi dapat diperluas lagi sehingga khalayak semakin mudah memperoleh informasi mengenai Shar-E.
2. Untuk publisitas melalui media massa dan elektronik dapat memberikan pengetahuan akan khalayak. Sehingga pemanfaatan media ini harus di *maintance* dan dimanfaatkan semaksimal mungkin.
3. Namun pemanfaatan teknologi seperti media *on line* harus ditingkatkan lagi, tidak terbatas hanya publikasi melalui media cetak dan elektronik saja. Karena dewasa ini, aktifitas penggunaan media *on line* sangat tinggi. Dengan memanfaatkan media *online* informasi yang diberikan akan semakin mudah diterima oleh khalayak sesuai dengan jargo Shar-E yakni kemudahan. Melalui media *online* BMI juga dapat memberikan informasi yang lebih rinci lagi kepada khalayak.