

ABSTRAK

Beti Nur Anggraini, 17101163003, STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MULTIGUNA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM DAN PERATURAN BUPATI TULUNGAGUNG NOMOR 49 TAHUN 2017 TENTANG PENYELENGGARAAN REKLAME, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, IAIN Tulungagung, 2020, Pembimbing: Dr. Zulfatun Ni'mah, M. Hum.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan Multiguna, Etika Bisnis Islam, Peraturan Bupati Tulungagung.

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya pemasangan reklame oleh PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung dengan cara dipaku di pohon-pohon. Pemasangan reklame tersebut terkesan tidak memperhatikan keindahan dan keamanan manusia yang ada disekitarnya. Yang masih menjadi pertanyaan besar adalah mengenai legalitas pemasangan reklame tersebut, apakah pemasangan reklame tersebut telah memiliki izin reklame dari dinas terkait atau belum dan juga apakah reklame tersebut telah sesuai dengan ketentuan terkait penyelenggaraan reklame yang terdapat pada Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame atau belum serta bagaimana jika hal-hal tersebut dikaji dengan menggunakan etika bisnis Islam.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung? 2) Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung ditinjau dari etika bisnis Islam? 3) Bagaimana strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung ditinjau dari Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame?. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk: 1) Mengetahui strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung; 2) Menganalisis strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung ditinjau dari etika bisnis Islam; dan 3) Menganalisis strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung ditinjau dari Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif. Sumber data diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa pengamatan, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dan pengujian kesimpulan. Pengecekan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung menggunakan strategi pemasaran melalui pemasangan media promosi berupa plakat yang dipasang dengan cara dipaku di pohon-pohon, 2)

Pemasangan reklame pemasaran pemberian multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung belum sesuai dengan etika bisnis Islam karena melanggar prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung jawaban dan kebijakan, dan 3) Strategi pemasaran pemberian multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung berupa plakat tidak sesuai dengan ketentuan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame khususnya bab 3 Pasal 3 dan bab 5 Pasal 16 karena tidak memiliki izin reklame, ditandai dengan tidak adanya stiker perizinan dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Tulungagung yang ditempel di plakat dan pemasangan reklame tidak memenuhi standar etik, estetis, teknis dan keselamatan.

ABSTRACT

Beti Nur Anggraini, 17101163003, MULTIPURPOSE FINANCING MARKETING STRATEGY JUDGING FROM THE ISLAMIC BUSINESS ETHICS AND TULUNGAGUNG DISTRICT REGULATIONS NUMBER 49 YEAR 2017 REGARDING THE IMPLEMENTATION OF BILLBOARDS, Department of Sharia Economic Law, IAIN Tulungagung, 2020, Advisor: Dr. Zulfatun Ni'mah, M. Hum.

Keywords: Marketing Strategy, Multipurpose Financing, Islamic Business Ethics, Tulungagung District Regulations.

This research is motivated by the installation of billboards by PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung nailing it to trees. The installation of these advertisement signs does not seem to pay attention to the beauty and security of people around them. The big question is about the legality of the billboard installation, whether or not the billboard license has been issued by the relevant agency and whether the bill is in accordance with the provisions related to the advertisement contained in the Tulungagung Regent Regulation Number 49 Year 2017 regarding the advertisement administration. or not and what if these things are examined using Islamic business ethics.

The formulation of the problem in this study are: 1) How PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung multipurpose financing marketing strategy? 2) How PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung multipurpose financing marketing strategy in terms of Islamic business ethics? 3) How PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung multipurpose financing marketing strategy in terms of the Regulation of the Regent of Tulungagung Number 49 Year 2017 Regarding the Implementation of Billboards ?. As for the objectives of this study are to: 1) Know marketing strategies for multipurpose financing PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung; 2) Analyzing marketing strategies for multipurpose financing PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung in terms of Islamic business ethics; and 3) Analyzing marketing strategies for multipurpose financing PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung in terms of Tulungagung District Regulations Number 49 Year 2017 Concerning the Implementation of Billboards.

The research method used by researchers is a qualitative approach. Sources of data obtained from primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques used in this study in the form of observations, interviews, and documentation. The analysis technique uses data reduction, data presentation and drawing conclusions and testing conclusions. Checking the validity of the data in this study uses triangulation techniques.

The results of this study indicate that: 1) PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung uses marketing strategies through the installation of promotional media in the form of placards that are installed by nailing it to trees, 2) Installation of multipurpose financing product marketing billboard PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung not in accordance with Islamic business ethics because it violates the principles of monotheism, balance, free will, responsibility and virtue, and 3)

PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung multipurpose financing marketing strategy in the form of a placard is not in accordance with the provisions of the Regent's Regulation Number 49 Year 2017 concerning the implementation of billboards especially chapter 3 Article 3 and chapter 5 Article 16 because they do not have advertisement licenses, marked by the absence of licensing stickers from the Investment and Integrated Services Office of the One Door Tulungagung Regency which is posted on the placard and the installation of the billboards does not meet ethical, aesthetic, technical and safety standards.

ملخص

بيتي نور أنجرايني، ٢٠٢٠، إستراتيجية تسويق التمويل بمتعدد الأغراض بالنظر إلى أخلاق الشغل الإسلامي وقرار رئيس مديرية تولونج أجونج رقم ٤٩ لسنة ٢٠١٧ عن تنفيذ اللوحات الإعلانية ، قسم حكم اقتصاد الشريعة، جامعة تولونج أجونج الإسلامية الحكومية، ٢٠٢٠، المشرف: الدكتور زلفة النعمة، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: إستراتيجية التسويق، التمويل بمتعدد الأغراض، أخلاق الشغل الإسلامي، قرار رئيس مديرية تولونج أجونج.

الخلفية لهذا البحث هي وجود تثبيت لوحات الإعلانات بواسطة ب ت ووم فينانج، ت ب ك تولونج أجونج مسمى على الأشجار على جانب الطريق. لا يبدو أن تثبيت لافتة الإعلان يتبع إلى جمال وأمن الأشخاص من حولها. السؤال الكبير هو حول مشروعية تثبيت تلك لوحة الإعلانات، هل تثبيت تلك لوحة الإعلانات قد حصلت على ترخيص لوحدة الإعلانات من الوكالة الواجبة أم لا وأيضاً هل تلك لوحة الإعلانات تتوافق مع الأحكام المتعلقة بلوحات الإعلانات الواردة في قرار رئيس مديرية تولونج أجونج رقم ٤٩ لسنة ٢٠١٧ عن تنفيذ اللوحات الإعلانية أم لا وكيف إذا ذُرس تلك الأمور باستخدام أخلاق الشغل الإسلامي.

مسائل البحث في هذا البحث هي: ١) كيف مشروعية تثبيت لوحدة الإعلانات لتسويق منتجات التمويل بمتعدد الأغراض ب ت ووم فينانج، ت ب ك تولونج أجونج؟ ٢) كيف تسيّق منتجات التمويل بمتعددة الأغراض ب ت ووم فينانج، ت ب ك تولونج أجونج بالنظر إلى أخلاق الشغل الإسلامي؟ ٣) كيفي تسيّق منتجات تمويل بمتعددة الأغراض ب ت ووم فينانج، ت ب ك تولونج أجونج بالنظر إلى رئيس مديرية تولونج أجونج رقم ٤٩ لسنة ٢٠١٧ عن تنفيذ اللوحات الإعلانية؟ أما أهداف هذا البحث فهي: ١) معرفة مشروعية تثبيت لوحدة الإعلانات لتسويق منتجات التمويل بمتعدد الأغراض ب ت ووم فينانج، ت ب ك تولونج أجونج؟ ٢) تحليل تسيّق منتجات التمويل بمتعددة الأغراض ب ت ووم فينانج، ت ب ك تولونج أجونج بالنظر إلى أخلاق الشغل الإسلامي؟ ٣) تحليل تسيّق منتجات التمويل بمتعددة الأغراض ب ت ووم فينانج، ت ب ك تولونج أجونج بالنظر إلى رئيس مديرية تولونج أجونج رقم ٤٩ لسنة ٢٠١٧ عن تنفيذ اللوحات الإعلانية.

تستخدم الباحثة طريقة البحث الكيفية ونوع البحث هو دراسة الحالة. مصادر البيانات محضولة من مصادر البيانات الأولية ومصادر البيانات الثانوية. طريقة جمع البيانات المستخدمة في هذا البحث بشكل الملاحظة والمقابلة والتوثيق. تستخدم طريقة تحليل البيانات عرض البيانات، تقديم البيانات والاستنتاج واختبار الخلاصة. يستخدم تفتيش صحة البيانات في هذا البحث تقنيات التثليث.

نتائج هذا البحث تشير إلى أن: ١) ثبيت لوحة الإعلانات لتسويق منتجات التمويل بمتعدد الأغراض من ب ت ووم فينانج، ت ب ك تولونج أجونج لا مشروعية لأنه ليس لديه ترخيص اللوحة الإعلانية، وذلك مدلوّل بعدم وجود ملصقات ترخيص من وكالة التمويل والخدمات المتكمالة لنفس الباب مديرية تولونج أجونج التي يتم نشرها على اللوحة، ٢) ثبيت لوحة الإعلانات لتسويق منتجات التمويل بمتعدد الأغراض من ب ت ووم فينانج، ت ب ك تولونج أجونج لا تتفق بأخلاق الشغل الإسلامي لأنه تنتهك مبادئ وإرشادات أخلاق الشغل الإسلامي، و ٣) تسويق منتجات التمويل بمتعدد الأغراض من ب ت ووم فينانج، ت ب ك تولونج أجونج بشكل اللوحة الكبيرة لا يتفق، مع أحكام قرار رئيس مديرية تولونج أجونج رقم ٤٩ لسنة ٢٠١٧ عن تنفيذ اللوحات الإعلانية وخاصة الباب ٣ من الفصل ٣ والباب ١٦ من الفصل ١٦ نظراً لعدم وجود ترخيص إعلان من وكالة التمويل والخدمات المتكمالة لنفس الباب في مديرية تولونج أجونج وثبتت اللوحات الإعلانية لا تفي بالمعايير الأخلاقية والجمالية والتقنية والسلامة.