BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan kegiatan ekonomi pada suatu negara merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi dalam kehidupan masyarakat. Salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan ekonomi adalah sumber daya modal. Sumber daya modal sangat penting bagi perkembangan dan kelancaran pembangunan ekonomi. Sumber daya modal diperlukan untuk dapat mengolah sumber daya alam dan meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Semakin berkembangnya perekonomian suatu negara, menyebabkan kebutuhan penduduk negara tersebut akan semakin berkembang pula.[1]

Kegiatan perekonomian yang dilakukan manusia sehari-hari tidak pernah luput dari alat tukar yang bernama uang. Uang menjadi pendorong kemajuan perekonomian dan perdagangan nasional bahkan internasional. Globalisasi perekonomian dapat terjadi berkat perantara uang. Uang adalah benda-benda atau segala sesuatu yang secara umum dapat diterima masyarakat sebagai alat tukar-menukar dan pembayaran utang piutang.[2] Uang digunakan untuk membeli dan membayar berbagai kebutuhan, akan tetapi ada kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi dengan uang yang dimilikinya. Namun untuk keperluan yang terlalu memaksa untuk segera dipenuhi dapat dipenuhi dengan meminjam dari berbagai sumber dana yang ada.

---

[1]Imam Mukhlis, *Ekonomi Keuangan dan Perbankan: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2019), hal. 23.

[2]Malayu S. P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hal. 6.

Guna mengembangkan perekonomian nasional, lembaga keuangan menyalurkan dana dalam bentuk kredit kepada masyarakat. Kredit merupakan salah satu program yang diterapkan atau dijalankan oleh pihak bank guna mewujudkan pembangunan nasional di bidang perekonomian yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan di kalangan masyarakat maupun rakyat banyak.[3] Seringkali masyarakat memanfaatkan jasa keuangan pada lembaga keuangan yaitu lembaga perbankan untuk memenuhi kebutuhan pendanaan. Namun selain lembaga perbankan, pada masa sekarang ini terdapat banyak lembaga keuangan yang menyediakan sumber dana bagi masyarakat, salah satunya adalah lembaga pembiayaan multiguna. Dengan adanya lembaga pembiayaan maka kebutuhan masyarakat terhadap kebutuhan barang atau jasa dapat terpenuhi.

Perkembangan lembaga pembiayaan yang baru-baru ini yang berkembang seperti halnya lembaga keuangan, namun lembaga pembiayaan belum terkenal di masyarakat karena dilihat dari eksistensinya lembaga pembiayaan yang memang relatif baru jika dibanding dengan lembaga keuangan bank. Lembaga pembiayaan timbul sebagai sumber dari pembiayaan pilihan di luar dari lembaga pembiayaan masih banyak lembaga keuangan yang lainnya yang dapat memberikan bantuan dana.[4] Pembiayaan multiguna melayani berbagai pembiayaan seperti pembiayaan sepeda motor, selain itu juga melayani pinjaman multiguna dengan gadai BPKB mobil dan motor. Cara yang paling tepat untuk mengatasi masalah dimana kebutuhan dana dapat terpenuhi tanpa kehilangan barang berharga yakni masyarakat dapat menjaminkan surat barang berharga tanpa kehilangan manfaat barangnya kepada lembaga

---

[3]Aris Setyawan, "Analisis Prosedur Pemberian Kredit Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Artha Samudera Indonesia Kediri", *Jurnal Simki-Economic* Vol. 01 No. 08 Tahun 2017 hal. 1, dalam *https://simki.unpkediri.ac.id*, diakses 06 Juli 2019.

[4]Nitaria Angkasa, "Peran Lembaga Pembiayaan Modal Ventura dalam Pemberdayaan Usaha Kecil". *Jurnal DERIVATIF* Vol. 10 No. 2, November 2016 hal. 73, dalam *https://fe.ummetro.ac.id*, diakses 06 Januari 2020.

pembiayaan. Masyarakat tidak perlu takut kehilangan barang berharga yang dimiliki dan akan segera memperoleh sejumlah dana yang diinginkan.

Untuk mendapatkan banyak nasabah, lembaga keuangan perlu melakukan pemasaran dengan menggunakan strategi tertentu. Strategi pemasaran adalah hal yang sangat penting yang digunakan dalam mempertahankan keberlangsungan suatu perusahaan, strategi pemasaran digunakan sebagai suatu cara untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan demi tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.[5]

Salah satu strategi yang dilakukan adalah strategi promosi yang dilakukan terhadap produk yang ditawarkan kepada nasabah baru atau calon nasabah. Promosi juga dilakukan untuk mempertahankan nasabah lama. Promosi dapat dilakukan melalui iklan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.[6] Promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh perputaran uang dan kepintaran seseorang dalam menjalankan strategi pemasaran dalam memperoleh keuntungan. Media pemasaran/ periklanan berupa reklame membuat berkembangnya perdagangan. Iklan membuat orang membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa. Iklan membuat uang berputar. Iklan juga membangun citra perusahaan. Tidak ada satupun perusahaan yang dapat berkembang tanpa adanya iklan. Iklan memberi warna bagi persaingan antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Tidak hanya bagi pertumbuhan

---

[5]Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, cetakan ke-11, (Jakarta: PT Grafindo, 2011), hal. 39.

[6]Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 193.

ekonomi, iklan juga memegang peranan penting bagi perkembangan dunia secara global.[7]

Dalam memasarkan produk dari sebuah perusahaan utamanya melalui iklan diperlukan adanya kepatuhan terhadap peraturan pemerintah. Hal itu bertujuan agar tercipta ketertiban dan keamanan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan. Dalam hal ini, pemasaran oleh PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung sudah seharusnya mematuhi peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah Kabupaten Tulungagung dan juga tidak mengesampingkan etika bisnis dalam Islam. Etika berperan penting dalam pergaulan antar manusia. Dalam persaingan pemasaran yang begitu ketat, sudah seharusnya pelaku usaha senantiasa memperhatikan etika bisnis untuk memelihara kondisi kompetisi yang bebas. Dengan adanya peraturan pemerintah Kabupaten Tulungagung diharapkan dapat tercipta aspek keselamatan, estetika dan lingkungan maka diterbitkanlah ketentuan mengenai penyelenggaraan reklame sebagaimana diatur dalam Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan adanya pemasangan reklame oleh PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung dengan cara dipaku di pohon-pohon.[8] Pemasangan reklame tersebut terkesan tidak memperhatikan keindahan dan keamanan manusia yang ada disekitarnya sehingga menimbulkan rasa tidak nyaman dan aman bagi masyarakat serta lingkungan sekitar. Yang masih menjadi pertanyaan besar adalah apakah pemasangan reklame tersebut telah

---

[7]Mirma Respati, *Membuat Iklan Sederhana*, (Yogyakarta: PT Citra Aji Parama, 2007), hal. 03.

[8]Observasi dilakukan pada tanggal 11 s/d 16 September 2019 di daerah Tulungagung tepatnya di beberapa titik sepanjang jalan di Kecamatan Pucanglaban, Kecamatan Ngunut, Kecamatan Sumbergempol dan Kecamatan Kedungwaru.

memiliki izin reklame dari dinas terkait atau belum dan apakah reklame tersebut telah sesuai dengan ketentuan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame atau belum serta bagaimana jika hal tersebut ditinjau menggunakan etika bisnis Islam. Hal tersebut menjadikan peneliti tertarik ingin meneliti secara lebih rinci mengenai Strategi Pemasaran Pembiayaan Multiguna Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

B. Rumusan Masalah

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?

C. Tujuan Penelitian

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.
3. Menganalisis strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung ditinjau dari Peraturan Bupati

Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Secara Teoritis

Untuk menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung dan menambah wawasan mengenai tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan nilai-nilai yang ada dalam etika bisnis Islam dan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pengambil Kebijakan Instansi Penyelenggara Layanan Izin Reklame

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk meningkatkan layanan perizinan agar lebih konsisten dan ramah lingkungan**.**

b. Bagi Penegak Hukum

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk menegakkan Peraturan Daerah dengan lebih baik lagi**.**

c. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat dapat memperoleh informasi yang akurat tentang ketentuan pemasangan

reklame sesuai dengan ketentuan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame beserta praktiknya di Kabupaten Tulungagung dengan rasa aman dan nyaman.

E. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini terdapat beberapa istilah yang membutuhkan penjelasan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam pembahasan dari judul penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Secara Konseptual
   a. Strategi pemasaran yaitu analisis yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memilih pasar sasaran yang ingin dicapai dengan menciptakan langkah-langkah yang tepat dan memiliki kebijakan yang kuat dalam pemasaran agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai.[9]
   b. Pembiayaan multiguna yaitu pembiayaan untuk pengadaan barang atau jasa yang diperlukan oleh debitur untuk pemakaian/ konsumsi dan bukan untuk keperluan usaha (aktivitas produktif) dalam jangka waktu yang diperjanjikan.[10]
   c. Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik atau buruk dan benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat Islam.[11]
   d. Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame adalah peraturan perundang-undangan yang dibentuk oleh Dewan Perwakilan Rakyat Kabupaten

[9]Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 294.
[10]Otoritas Jasa Keuangan dan Industri Jasa Keuangan, *Lembaga Pembiayaan (Seri Literasi Keuangan Perguruan Tinggi)*, (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2016), hal. 21.
[11]Ika Yunia Fauzia, *Etika Islam dalam Berbisnis*, (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 6.

Tulungagung dengan persetujuan bersama Bupati Tulungagung pada tahun 2017 yang mengatur tentang penyelenggaraan reklame.

2. Secara Operasional

Secara operasional, yang dimaksud dengan "*Strategi Pemasaran Pembiayaan Multiguna Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame*" adalah strategi yang digunakan PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung dalam pemasaran pembiayaan multiguna melalui pemasangan reklame dengan cara dipaku di pohon-pohon guna meningkatkan minat masyarakat dalam melakukan pinjaman pada produk pembiayaan multiguna dimana strategi pemasaran melalui pemasangan reklame tersebut akan dikaji secara mendalam menggunakan tinjauan etika bisnis Islam dan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Pembiayaan Multiguna Ditinjau dari Etika Bisnis Islam dan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame" ini akan disajikan dalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA: berisi strategi pemasaran, pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung, etika bisnis Islam, Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Reklame dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN: berisi jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN: berisi gambaran umum lokasi penelitian, paparan data hasil wawancara dan temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN: berisi analisis strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung, analisis strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung ditinjau dari etika bisnis Islam dan analisis strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung ditinjau dari Peraturan Bupati Nomor 49 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Reklame.

BAB VI PENUTUP: berisi kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN