BAB V

PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung

Strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung untuk mengenalkan dan menarik minat calon konsumen yaitu dengan menggunakan media promosi berupa plakat. Plakat tersebut dipasang dengan cara dipaku di pohon-pohon. Berikut adalah dokumentasi pemasangan plakat PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung yang diperoleh dari hasil pengamatan peneliti, yaitu antara lain:

Gambar 4.1

Sumber: Data diolah Tahun 2020[140]

Gambar 4.2

Sumber: Data diolah Tahun 2020[141]

Gambar 4.1 merupakan reklame produk pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung berupa plakat yang dipasang dengan cara dipaku di pohon glodok yang terpasang di pinggir jalan desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut. Tidak jauh dari lokasi tersebut, terdapat pemasangan reklame sejenis yang ditunjukkan pada gambar 4.2,

[140]Observasi dilakukan pada tanggal 11 September 2019 di desa Sumberingin Kidul, Kecamatan Ngunut.

[141]Observasi dilakukan pada tanggal 16 September 2019 di desa Sumberingin Kidul, Kecamatan Ngunut.

reklame berupa plakat tersebut juga dipasang dengan cara dipaku pada pohon randu yang terpasang di pinggir jalan desa Sumberingin Kidul Kecamatan Ngunut. Reklame di atas yaitu reklame pembiayaan multiguna mobil yang menawarkan pinjaman dana dengan jaminan BPKB mobil dengan bunga rendah yaitu sebesar 0,9 %. Reklame tersebut disertai dengan nomor telepon admin PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung yang dapat dihubungi guna memudahkan komunikasi dengan calon konsumen.

Gambar 4.3

Sumber: Data diolah Tahun 2020[142]

Gambar 4.3 merupakan reklame produk pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung berupa plakat yang dipasang dengan cara dipaku di pohon mahoni yang terpasang di pinggir jalan desa Wonorejo Kecamatan Sumbergempol. Reklame di atas yaitu reklame pembiayaan multiguna motor menawarkan pinjaman dana dengan jaminan BPKB motor dengan proses pencairan dana cepat yaitu selama 30 menit saja. Reklame tersebut juga disertai dengan nomor

[142]Observasi dilakukan pada tanggal 13 September 2019 di desa Wonorejo, Kecamatan Sumbergempol.

telepon admin PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung yang dapat dihubungi guna memudahkan komunikasi dengan calon konsumen. Gambar di atas menunjukkan adanya persaingan usaha antar pelaku bisnis, hal itu ditunjukkan dengan pemasangan reklame yang dipaku di pohon secara sembarangan yaitu ditempel menutupi reklame lainnya sehingga reklame lain tidak terlihat.

Gambar 4.4

Sumber: Data diolah Tahun 2020[143]

. Gambar 4.4 merupakan reklame produk pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung berupa plakat laminasi yang dipasang dengan cara dipaku di pohon johar yang terpasang di pinggir jalan desa Demuk Kecamatan Pucanglaban. Reklame di atas yaitu reklame pembiayaan multiguna motor menawarkan pinjaman dana dengan jaminan BPKB motor dengan proses pencairan dana cepat yaitu selama 30 menit saja. Reklame tersebut juga disertai dengan nomor telepon admin PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung yang dapat dihubungi guna memudahkan komunikasi dengan calon konsumen.

[143]Observasi dilakukan pada tanggal 12 September 2019 di desa Demuk, Kecamatan Pucanglaban.

Gambar 4.5

Sumber: Data diolah Tahun 2020[144]

Gambar 4.5 merupakan reklame produk pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung berupa plakat laminasi yang dipasang dengan cara dipaku di pohon sono kembang yang terpasang di pinggir jalan desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru. Reklame di atas yaitu reklame pembiayaan multiguna motor menawarkan pinjaman dana dengan jaminan BPKB motor dengan proses pencairan dana cepat yaitu selama 30 menit saja. Reklame tersebut juga disertai dengan nomor telepon admin PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung yang dapat dihubungi guna memudahkan komunikasi dengan calon konsumen.

B. Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung Ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Bisnis merupakan salah satu usaha untuk mencukupi kebutuhan manusia. Bisnis dapat didefiniskan sebagai pertukaran barang atau jasa yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Syariat merupakan

[144]Observasi dilakukan pada tanggal 15 September 2019 di desa Plosokandang, Kecamatan Kedungwaru.

nilai utama yang menjadi pedoman etika bagi pelaku bisnis.[145] 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.[146] Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syari'ah.[147] Guna mewujudkan bisnis yang sesuai dengan syariat Islam, terdapat prinsip-prinsip yang harus dianut oleh pelaku bisnis yaitu antara lain prinsip tauhid, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggung jawaban dan prinsip kebajikan.

Untuk mendapatkan banyak nasabah, pelaku bisnis perlu melakukan pemasaran dengan menggunakan strategi pemasaran tertentu. Strategi pemasaran yaitu wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.[148] Salah satu jenis strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung yaitu iklan berbayar berupa iklan *display. Iklan display* adalah iklan yang berbentuk kotak dan menampilkan iklan produk berupa gambar dan teks untuk menarik perhatian khalayak ramai. Iklan *display* yang digunakan PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung sebagai media promosi adalah menggunakan media plakat. Iklan *display* biasa dipasang pada lokasi strategis yang sering dilalui banyak orang dengan memperhatikan etika dan estetika lingkungan serta peraturan daerah setempat.[149] Tanpa adanya promosi masyarakat tidak akan mengenal produk suatu perusahaan. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik minat masyarakat.[150]

Berdasarkan hasil temuan peneliti tentang pemasaran reklame produk pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung,

---

[145]Veithzal Rivai dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*…., hal. 11.
[146]Ika Yunia Fauzia, *Etika Islam dalam Berbisnis*…., hal. 6.
[147]Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*…., hal. 2.
[148]Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*…., hal. 230.
[149]Mirma Respati, *Membuat Iklan Sederhana*…., hal. 65.
[150]Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*…., hal. 90.

prinsip etika bisnis Islam pada PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung belum diterapkan dengan baik. Menurut data yang diperoleh, PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung telah memiliki izin pemasangan reklame permanen pada tahun 2018 berupa papan tempel dan kontruksi yang dipasang di kantor operasional, namun PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung belum memiliki izin reklame non permanen/ insidentil berupa plakat yang dipasang/ ditempel dengan cara di paku di pohon-pohon.

Prinsip tauhid menjadikan segala gerak langkah manusia senantiasa diawasi oleh Allah SWT. Penerapan prinsip tauhid akan menghindarkan manusia dari terjadinya praktik-praktik bisnis yang kotor. Prinsip keseimbangan berisi ajaran keadilan yang merupakan salah satu prinsip dasar kehidupan yang harus dipegang oleh manusia. Kehendak bebas yang dimiliki oleh setiap manusia hendaknya dijadikan sarana untuk membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik sesuai ajaran Islam.[151] Pelaku bisnis memiliki tanggung jawab besar atas transaksi yang dilakukannya sesuai dengan aturan yang berlaku.[152] Sedangkan kebajikan berarti melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain.

Pada praktiknya, pemasaran produk pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung belum sesuai dengan prinsip tauhid karena ditemukan adanya praktik bisnis kotor yaitu pemasangan reklame PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung yang belum memiliki izin reklame dari Dinas Penanaman Modal dan PTSP. Hal tersebut mencerminkan bahwa PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung belum memiliki kesadaran terhadap nilai religius yang sesuai dengan ajaran Islam dalam kegiatan bisnis. Pemasangan reklame yang dipaku di pohon-pohon melanggar

[151]Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*…., hal. 6.
[152]Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*…., hal. 09.

prinsip keseimbangan karena terdapat praktik persaingan usaha yang tidak sehat antar pelaku bisnis. Pelaku bisnis memiliki kebebasan dalam kegiatan bisnisnya, tetapi kebebasan itu tidak boleh merugikan orang lain. Pemasangan reklame PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung dengan cara dipaku pada pohon-pohon melanggar prinsip kehendak bebas karena reklame yang dipasang merugikan masyarakat sekitar. Dalam kegiatan bisnis, kepatuhan terhadap ketentuan hukum yang berlaku sangat dibutuhkan sebagai wujud tanggung jawab pelaku bisnis. Tindakan pemasangan reklame dengan cara dipaku pada pohon-pohon merupakan tindakan yang tidak sesuai dengan prinsip pertanggung jawaban karena pemasangan reklame tidak sesuai dengan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame. Selain itu, pemasangan reklame PT. WOM Tbk, Tulungagung belum sesuai dengan prinsip kebajikan karena tindakan tersebut membawa dampak buruk yaitu menghambat pertumbuhan pohon serta merusak estetika lingkungan serta dapat membahayakan masyarakat sekitar.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, reklame insidentil berupa plakat milik PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung belum memiliki izin reklame yaitu plakat tidak dilengkapi dengan stiker perizinan dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Tulungagung dan pemasangan plakat tersebut tidak sesuai dengan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame. Apabila dikaitkan dengan pedoman etika dalam bisnis Islam, strategi pemasaran berupa pemasangan plakat oleh PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung tersebut tidak sesuai dengan pedoman etika bisnis. Umat Islam dituntut untuk bertindak sesuai syariat

Islam dalam menjalankan bisnis. Islam sangat memperhatikan norma yang berlaku dalam masyarakat umum dan berlaku secara universal seperti persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Kunci keberhasilan bisnis adalah keadilan. Islam sangat menganjurkan untuk menerapkan sikap adil dalam berbisnis dan melarang untuk berbuat curang. Bersikap adil dalam transaksi jual beli membawa dampak positif pada hasil penjualan produk dan menimbulkan rasa nyaman bagi konsumen serta dapat menjaga keberlangsungan bisnis yang dijalankan.

Tujuan etika bisnis Islam yaitu antara lain: menanamkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis, menjalankan bisnis dengan adil dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.[153] Dalam kasus pemasangan reklame PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Tulungagung dan Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Tulungagung belum pernah melakukan pencabutan reklame milik PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung disebabkan oleh keterbatasan waktu dan tenaga/personil. Hal tersebut menunjukkan bahwa penegak hukum belum dapat mewujudkan tujuan etika bisnis Islam di Kabupaten Tulungagung secara efektif dan maksimal.

Persaingan adalah hal yang umum terjadi dalam dunia bisnis. Persaingan sehat dan jujur sangat diperlukan untuk menjalankan bisnis. Penciptaan persaingan usaha yang sehat dimulai dari pembenahan perilaku pengusaha.[154] Namun pada praktiknya, terdapat pula persaingan usaha tidak sehat, dimana pemasaran barang dan/ atau jasa dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum sehingga menghambat persaingan usaha.[155] Dalam Islam, etika persaingan bisnis meliputi:

---

[153]Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam*…., hal. 22.
[154]Bachtiar Hassan Miraza, *Manajemen Bisnis….,* hal. 20.
[155]Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia*…., hal. 2.

1. Tidak melakukan bisnis dengan cara kotor, seperti dengan melakukan tindakan penipuan atau kecurangan melalui produk dari pelaku bisnis.
2. Bersikap jujur dan adil dalam segala hal utamanya dalam melakukan kegiatan bisnis.
3. Melakukan kegiatan bisnis secara legal, seperti tidak menjual obat-obatan terlarang dan memasang reklame sebagai media pemasaran secara legal.
4. Tidak menyebar isu-isu negatif tentang produk pesaing.
5. Tidak melakukan pemaksaan kepada konsumen.[156]

Berdasarkan hasil temuan penelitian, ditemukan bahwa seringkali terjadi tindakan curang oleh pesaing sebagai akibat dari persaingan usaha tidak sehat. Persaingan usaha tidak sehat yang seringkali terjadi di Kabupaten Tulungagung terkait dengan reklame yaitu tindakan pemasangan reklame pada sembarang tempat dan menggunakan cara yang tidak sesuai dengan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame, pencurian stiker perizinan reklame untuk kemudian dipasang pada reklame yang tidak memiliki izin reklame agar seolah-olah reklame miliknya telah memiliki izin reklame. Menurut peneliti, faktor yang melatar belakangi adanya persaingan usaha tidak sehat seperti yang disebutkan di atas yaitu pelaku bisnis ingin produknya dikenal khalayak ramai tetapi tidak mau mengurus perizinan kepada pemerintah dan tidak ingin membayar pajak serta kurangnya wawasan terkait Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame sehingga pemasangan reklame dilakukan secara sembarangan.

[156]Wahyudin Maguni, "Etika Persaingan dalam Bisnis Islami", *Shautut Tarbiyah* Ed. 22 Th. XV November 2009 Dalam https://ejournal.iainkendari.ac.id diakses 16 Januari 2020.

C. Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Multiguna PT WOM Finance, Tbk Tulungagung ditinjau dari Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame

Berdasarkan Peraturan Bupati No.49 Tahun 2017, pada bab 1 Pasal 1 pengertian reklame adalah benda atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial, memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/ atau dinikmati oleh umum. Penyelenggara reklame adalah orang pribadi atau badan yang menyelenggarakan reklame baik untuk dan atas namanya sendiri atau untuk dan atas nama pihak lain yang menjadi tanggungannya. Izin penyelenggaraan reklame adalah izin yang diberikan oleh Kepala Dinas dalam rangka menyelenggarakan reklame di Kabupaten Tulungagung. Tanda pengesahan adalah bentuk izin penyelenggaraan reklame yang diberikan bagi reklame yang berupa cap/ stempel.[157]

Pada bab 2 Pasal 2, jenis reklame dibedakan menjadi 2 yaitu reklame permanen yaitu reklame yang berbentuk konstruksi besi/ baja, memiliki ijin paling lama 1 tahun dan dapat diperpanjang dan reklame non permanen/ insidentil yaitu reklame yang bukan berbentuk konstruksi besi/ baja dan memiliki izin dengan masa waktu bervariasi.[158] Berdasarkan hasil temuan penelitian, bahwa PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung telah memiliki izin pemasangan reklame permanen pada tahun 2018 berupa papan tempel dan kontruksi yang dipasang, namun PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung belum memiliki izin reklame non permanen/ insidentil.

---

[157]Bab 1 Pasal 1 Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame Kabupaten Tulungagung.

[158]Bab 2 Pasal 2 Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame Kabupaten Tulungagung.

Berdasarkan Peraturan Bupati Nomor 49 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame pada bab 3 Pasal 3 bahwa setiap penyelenggaraan reklame baik permohonan baru atau perpanjangan dan pergantian tema reklame wajib mendapat izin penyelenggaraan reklame dari Dinas serta pemasangan reklame harus memenuhi standar penyelenggaraan reklame yaitu standar etik, standar estetis, standar teknis, dan standar keselamatan. Reklame yang dipasang harus memperhatikan keselamatan pengguna jalan dan masyarakat disekitarnya.[159] Berdasarkan ketentuan di atas, temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa reklame insidentil berupa plakat milik PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung belum memiliki izin reklame yaitu plakat tidak dilengkapi dengan stiker perizinan dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Tulungagung dan pemasangan plakat tersebut tidak sesuai dengan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame. Pemasangan reklame dengan cara dipaku pada pohon-pohon tidak memenuhi standar etik, estetis, teknis dan keselamatan. Hal itu juga dijelaskan pada bab 5 Pasal 16 tentang larangan penyelenggara reklame. Larangan bagi penyelenggara reklame yaitu memasang reklame yang ditempelkan pada tiang listrik telepon, *traffic light*, dan dipaku di pohon-pohon, pagar, tembok bangunan dan lain-lain yang mengganggu keindahan kota, memasang reklame sebelum penyelenggara memperoleh izin dari Dinas, dan larangan merusak kelestarian lingkungan tempat pemasangan reklame.[160]

Untuk menciptakan ketertiban umum, Pemerintah Daerah seharusnya melakukan penertiban terhadap pelanggaran kebijakan Pemerintah Daerah. Penertiban merupakan tugas Satpol PP sebagai

[159]Bab 3 Pasal 3 Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame Kabupaten Tulungagung.

[160]Bab 5 Pasal 16 Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame Kabupaten Tulungagung.

aparat pelaksana ketertiban umum daerah yang berwenang dalam penegakan PERDA serta penyelengaraan ketertiban umum. Terkait penertiban penyelenggaraan reklame dijelaskan pada bab 12 Pasal 33 dan 34 Peraturan Bupati Nomor 49 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame yaitu Pemerintah Daerah berwenang melakukan penertiban terhadap reklame yang tidak memiliki izin, telah berakhir masa izin dan reklame yang konstruksinya membahayakan keamanan dan ketertiban umum. Penyelenggaraan reklame yang dinyatakan tidak mengindahkan ketentuan maka penyelenggara reklame wajib membongkar reklame beserta bangunan reklame dalam batas waktu paling lama 14 (empat belas) hari sejak masa berlaku izin habis dan apabila batas waktu tersebut telah terlampaui, maka Pemerintah Daerah dalam hal ini adalah Satpol PP berwenang melakukan pembongkaran reklame.[161] Hasil pembongkaran reklame yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dapat diambil oleh penyelenggara reklame dalam jangka waktu paling lama 1 (satu) bulan sejak pembongkaran dan apabila dalam jangka waktu 1 (satu) bulan hasil pembongkaran reklame tidak diambil oleh penyelenggara reklame, maka Pemerintah Daerah akan melakukan pemusnahan. Apabila dalam pemusnahan hasil pembongkaran reklame terdapat hasil bongkaran yang mempunyai nilai jual, maka akan

[161]Bab 12 Pasal 33 Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame Kabupaten Tulungagung.

dilakukan pelelangan dan hasil dari pelelangan tersebut akan disetor ke kas daerah.[162]

Berdasarkan hasil temuan penelitian, bahwa pihak Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Tulungagung dan Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Tulungagung sebagai penegak Peraturan Daerah yang bertugas menertibkan pemasangan reklame yang tidak sesuai dengan Peraturan Bupati Nomor 49 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame. Namun Satpol PP belum pernah melakukan pencabutan reklame milik PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung disebabkan oleh keterbatasan waktu dan tenaga/personil.

[162]Bab 12 Pasal 34 Peraturan Bupati No. 49 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Reklame Kabupaten Tulungagung.