BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dengan ini dapat disimpulkan:

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 pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung belum sesuai dengan etika bisnis Islam karena melanggar prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung jawaban dan kebajikan.

3. Strategi pemasaran pembiayaan multiguna PT. WOM Finance, Tbk Tulungagung dengan pemasangan reklame 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.

B. SARAN

1. Untuk Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Tulungagung seharusnya lebih giat dalam melakukan sosialisasi terkait pentingnya pendaftaran izin reklame dan pemasangan reklame secara benar dalam kegiatan promosi bisnis.

2. Untuk Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Tulungagung seharusnya giat melakukan penertiban reklame yang tidak sesuai dengan Peraturan Bupati Tulungagung Nomor 49 Tahun 2017 tentang penyelenggaraan reklame secara merata hingga masuk ke pinggiran desa.