

PENERAPAN MARKETING 4.0 PADA CO-LOCATION PEGADAIAN UNIT BRI KARANGGENENG UNIT BRI KARANGGENENG, KABUPATEN LAMONGAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Disusun Oleh : Mohammad Naufal Bagus Sholihin (1031910012)
Dosen Pembimbing : Drs. Muhammad Asyhad, M.Ag

Deskripsi

Marketing mengalami perubahan pesat di era globalisasi ini. Struktur marketing yang dikenal mulai mengalami pergeseran secara drastis. Hadirnya internet yang membawa konektivitas dan transparansi menjadi penyebab pergeseran. Pergeseran marketing dari yang berorientasi pada produk ke marketing yang berorientasi pada Konektivitas yang dikenal dengan Marketing 4.0. Indonesia dengan mayoritas beragama Islam, seorang muslim di ajarkan untuk melakukan segala hal dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam termasuk juga di dalam pemasaran. Karakteristik dalam melakukan pemasaran syariah meliputi rabbaniyah, akhlaqiyah, Insaniyah, waqi'iyah. Tujuan penelitian ini mengkaji penerapan marketing 4.0 dalam perspektif Islam pada Co-location Pegadaian Unit BRI Karanggeneng Unit BRI Karanggeneng.

Rumusan Masalah

Bagaimana penerapan marketing 4.0 pada Co-location Pegadaian Unit BRI Karanggeneng Unit BRI Karanggeneng, Kabupaten Lamongan dalam perspektif Islam ?

Metode Penelitian

Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk teknik analisis data menggunakan reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan menarik kesimpulan

Analisa & Hasil

penelitian Marketing 4.0 melalui pendekatan 5A yang terdiri dari aware (menyadari), appeal (tertarik), ask (bertanya), act (bertindak), dan advocate (merekomendasikan) pada Co-location Pegadaian Unit BRI Karanggeneng Unit BRI Karanggeneng kemudian ditinjau melalui penerapan karakteristik pemasaran syariah yang terdiri dari rabbaniyah, akhlaqiyah, insaniyah, dan waqi'iyah telah di terapkan dan sesuai dengan perspektif Islam

Kesimpulan

Co-location Pegadaian Unit BRI Karanggeneng telah menerapkan marketing 4.0 yang sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah