

		INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH				
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH		KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
MANAJEMEN PEMASARAN BANK SYARIAH				3_1	V	15 September 2019
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator MK		Ka PRODI
		Ratih Khairina, M.M Eka Sriwahyuni, MM Levrizal heri Purwadi, ST.MM Izar Fisdriansyah.ST.MM Yusmaneri, M.Pd		Dr. Asnaini, MA.		Yosi Arisandy, MM.
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL:		Menguasai ilmu manajemen pemasaran yang memiliki kemampuan, memahami, menjelaskan, menganalisis serta mempraktekan tentang pemasaran bank syariah.			
		Mengenali Dasar dan Produk produk Perbankan Syariah. Mampu mengembangkan Pemasaran Startegik Mampu mengembangkan dan menguasai Riset Pasar Segmentasi Pasar Mampu memahami dan mneganalisis Marketing Mix Mampu menelaah perilaku konsumen Mampu menganalisis kepuasan dan menganalisis persaingan. Mampu memposisikan Pemilihan Penetapan dan Passar				

	CP_ MK M1 M2 M3 M4 M5 M6 M7 M8 M9 M10 M11	Mahasiswa Mampu Menjelaskan Konsep Dasar dan Produk produk Perbankan Syariah Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Pemasaran Startegik tentang Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Riset Pemasaran tentang Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Segmentasi Pasar tentang Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Strategi Penentuan Lokasi tentang Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Strategi Produk Bank Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Strategi Promosi Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Perilaku Konsumen tentang Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Pelayanan Prima tentang Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Kepuasan Nasabah tentang Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Analisis Persaingan tentang
Diskripsi Singkat Mata Kuliah	Mata kuliah Manajemen Pemasaran Bank Syariah adalah disiplin ilmu yang mempelajari tentang bagaimana cara menggambarkan langsung konsep konsep dan produk pemasaran bank melalui praktek pemasaran bank secara langsung.	
Capaian Pembelajaran Akhir	A. Mahasiswa Mampu Menjelaskan Konsep Dasar dan Produk produk Perbankan Syariah tentang 1. Definisi dan Bauran Pemasaran 2. Konsep Pemasaran Syariah 3. Perbandingan pemasaran syariah dengan pemasaran Konvensional. 4. Produk produk perbankan syariah B. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Pemasaran Startegik tentang 1. Konsep perencanaan 2. Perencanaan Strategik 3. Pemasaran Strategis 4. Analisis Strategis 5. Perumusan Strategi 6. Strategi Pemasaran Bank	

	C. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Riset Pemasaran tentang 1. Lingkungan Pemasaran Bank 2. Bentuk dan umer Informasi 3. Sistem Informasi Pemasaran. 4. Riset Pasar 5. Metode riset Pasar D. Mahasiswa mampu memamhai dan menjelaskan Segmentasi Pasar tentang a. Segmentasi Pasar b. Targeting c. Positioning d. Diferensiasi E. Mahasiswa mampu memamhai dan menjelaskan Strategi Penentuan Lokasi tentang 1. Jenis Kantor Bank 2. Pertimbangan penentuan lokasi 3. Pertimbangan penentuan lay-Out F. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Strategi Produk Bank 1. Jpengertian Produk 2. Tingkatan Produk dan Jasa 3. Strategi Produk 4. Branding G. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Strategi Promosi 1. Promosi 2. Periklanan 3. Promosi Penjualan
--	---

	4. Personal Branding H. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Perilaku Konsumen tentang 1. Teori perilaku konsumen. 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen 3. Proses pengambilan keputusan oleh konsumen. I. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Pelayanan Prima tentang 1. Etika pelayanan. 2. Konsep pelayanan prima 3. Kualitas pelayanan jasa bank. 4. Kiat pelayanan prima J. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Kepuasan Nasabah tentang 1. Perubahan paradigma berfikir tentang konsumen. 2. Kepuasan nasabah 3. Cara mengukur kepuasan nasabah 4. Strategi kepuasan nasabah K. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Analisis Persaingan tentang 1. Identifikasi pesaing dan strateginya 2. Analisis kekuatan dan kelemahan pesaing 3. Strategi posisi persaingan
Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran	1. Konsep Dasar dan Produk produk Perbankan Syariah 2. Pemasaran Startegik 3. Riset Pemasaran

	4. Segmentasi Pasar 5. Strategi Penentuan Lokasi 6. Strategi Produk Bank 7. Strategi Promosi 8. Perilaku Konsumen 9. Pelayanan Prima 10. Kepuasan Nasabah 11. Analisis Persaingan	
Pustaka	Utama	
	A. REFERENSI : 1. Kasmir, dasar dasar perbankan, PT Raja Grafindo Utama, Jakarta, 2014. 2., Eunur Rianto Al Arif. . Dasar dasar Pemasaran Bank Syariah . Alfabeta. Bandung.2010	
	Pendukung :	
	1. Perbankan Syariah 5D. Manajemen Pemasaran Bank Syariah , FEBI IAIN Bengkulu.2018	
Media Pembelajaran	Perangkat lunak :	Perangkat keras :
	Spread Sheet, Aplikasi MS Office, Power Point	Laptop, LCD, dan Smart Phone Laboratorium Perbankan Syariah FEBI IAIN Bengkulu
Team Teaching	Eka Sriwahyuni, MM Ratih Khairina, M.M	

	Levrizal heri Purwadi, ST.MM Izar Fisdriansyah.ST.MM Yusmaneri, M.Pd
Mata kuliah syarat	Manajemen Pemasaran Bank Syariah

Mg Ke (1)	Sub-CP-MK (sebagai kemampuan akhir yang diharapkan) (2)	Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Metode Pembelajaran dan Tugas Mhs [Estimasi Waktu] (5)	Materi Pembelajaran [Pustaka] (6)	Bobot Penilaian (%) (7)
	Mahasiswa mampu memahami dan menyepakati	Sistem perkuliahan sistematis penulisan paper			Kontrak Kuliah	
1 & 2	Mahasiswa Mampu Menjelaskan Konsep Dasar dan Produk produk Perbankan Syariah	a. Definisi dan Bauran Pemasaran b. Konsep Pemasaran Syariah c. Perbandingan pemasaran syariah dengan pemasaran Konvensional. d. Produk produk perbankan syariah e. Produk pengumpulan dan penyaluran dana f. Produk jasa	• Paper • Riview - Artikel Ilmiah • Studi Kasus	• Pembacaan ayat suci Al quran • Presentasi Paper • Aktive Debat • Sharing Knowlage	Konsep Dasar dan Produk produk Perbankan Syariah.	20%
3.	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Pemasaran Startegik	a. Konsep perencanaan b. Perencanaan Strategik c. Pemasaran Strategis d. Analisis Strategis e. Perumusan Strategi	• Paper • Riview - Artikel Ilmiah • Studi	• Pembacaan ayat suci Al quran • Presentasi Paper	Pemasaran Startegik	20%

Mg Ke (1)	Sub-CP-MK (sebagai kemampuan akhir yang diharapkan) (2)	Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Metode Pembelajaran dan Tugas Mhs [Estimasi Waktu] (5)	Materi Pembelajaran [Pustaka] (6)	Bobot Penilaian (%) (7)
		f. Strategi Pemasaran Bank	Kasus	- Aktive Debat - Sharing Knowlage		
4 & 5	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Riset Pemasaran	a. Lingkungan Pemasaran Bank b. Bentuk dan umer Informasi c. Sistem Informasi Pemasaran. d. Riset Pasar e. Metode riset Pasar	- Paper - Riview Artikel Ilmiah - Studi Kasus	- Pembacaa an ayat suci Al quran - Presentasi Paper - Aktive Debat - Sharing Knowlage	Riset Pemasaran	20%
6	Mahasiswa mampu memamhai dan menjelaskan Segmentasi Pasar tentang	a. Segmentasi Pasar b. Targeting c. Positioning d. Diferensiasi	- Paper - Riview Artikel Ilmiah - Studi Kasus	- Pembacaa an ayat suci Al quran - Presentasi Paper - Aktive Debat - Sharing Knowlage	Segmentasi Pasar	20%
7	Mahasiswa mampu memamhai dan	a. Jenis Kantor Bank b. Pertimbangan penentuan lokasi	- Paper - Riview	Pembacaa an ayat suci Al	Strategi Penentuan Lokasi	20%

Mg Ke (1)	Sub-CP-MK (sebagai kemampuan akhir yang diharapkan) (2)	Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Metode Pembelajaran dan Tugas Mhs [Estimasi Waktu] (5)	Materi Pembelajaran [Pustaka] (6)	Bobot Penilaian (%) (7)
	menjelaskan Strategi Penentuan Lokasi tentang	c. Pertimbangan penentuan lay-Out	Artikel Ilmiah • Studi Kasus	quran • Presentasi Paper • Aktive Debat Sharing Knowlage		
8	Mampu menjawab soal soal				UTS	30%
9	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Strategi Produk Bank	a. Jpengertian Produk b. Tingkatan Produk dan Jasa c. Strategi Produk d. Branding	• Paper • Riview Artikel Ilmiah • Studi Kasus	• Pembacaaan ayat suci Al quran • Presentasi Paper • Aktive Debat Sharing Knowlage	Strategi Produk Bank	20%
10	Mahasiswa mampu menjelaskan dan praktekkan Strategi Promosi	a. Promosi b. Periklanan c. Promosi Penjualan d. Personal Branding	• Paper • Riview Artikel Ilmiah • Studi Kasus	• Pembacaaan ayat suci Al quran • Presentasi Paper • Aktive	Strategi Promosi Bank	20%

Mg Ke (1)	Sub-CP-MK (sebagai kemampuan akhir yang diharapkan) (2)	Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Metode Pembelajaran dan Tugas Mhs [Estimasi Waktu] (5)	Materi Pembelajaran [Pustaka] (6)	Bobot Penilaian (%) (7)
				Debat Sharing Knowlage		
11	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Perilaku Konsumen tentang	a. Teori perilaku konsumen. b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen c. Proses pengambilan keputusan oleh konsumen.	• Paper • Riview Artikel Ilmiah • Studi Kasus	• Pembacaaan ayat suci Al quran • Presentasi Paper • Aktive Debat Sharing Knowlage	Perilaku Konsumen	20%
12	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Pelayanan Prima tentang	a. Etika pelayanan. b. Konsep pelayanan prima c. Kualitas pelayanan jasa bank. d. Kiat pelayanan prima	• Paper • Riview Artikel Ilmiah • Studi Kasus	• Pembacaaan ayat suci Al quran • Presentasi Paper • Aktive Debat Sharing Knowlage	Pelayanan Prima	20%
13	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan	a. Perubahan paradigma berfikir tentang konsumen. b. Kepuasan nasabah	• Paper • Riview Artikel	• Pembacaaan ayat suci Al quran	Kepuasan Nasabah	20%

Mg Ke (1)	Sub-CP-MK (sebagai kemampuan akhir yang diharapkan) (2)	Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Metode Pembelajaran dan Tugas Mhs [Estimasi Waktu] (5)	Materi Pembelajaran [Pustaka] (6)	Bobot Penilaian (%) (7)
	Kepuasan Nasabah tentang	c. Cara mengukur kepuasan nasabah d. Strategi kepuasan nasabah	Ilmiah • Studi Kasus	• Presentasi Paper • Aktive Debat Sharing Knowlage		
14	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Analisis Persaingan tentang	a. Identifikasi pesaing dan strateginya b. Analisis kekuatan dan kelemahan pesaing c. Strategi posisi persaingan	• Paper • Riview Artikel Ilmiah • Studi Kasus	• Pembacaan ayat suci Al quran • Presentasi Paper • Aktive Debat Sharing Knowlage	Analisis Persaingan	20%

Mg Ke (1)	Sub-CP-MK (sebagai kemampuan akhir yang diharapkan) (2)	Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Metode Pembelajaran dan Tugas Mhs [Estimasi Waktu] (5)	Materi Pembelajaran [Pustaka] (6)	Bobot Penilaian (%) (7)
15	Mahasiswa mampu mempraktekkan langsung layanan di bank syariah	Praktekan semua layanan bank sesuai materi yang dijelaskan	Laboratorium Perbankan		Praktek Pelayanan Bank Syariah di Laboratorium Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu	20%
16	Mampu menjawab soal soal ujian				UAS	40%

Catatan:

- (1) TM: Tatap Muka, BT: Belajar Terstruktur, BM: Belajar Mandiri
- (2) (TM : 1x (3x50")). Dibaca: kuliah tatap muka 1 kali perminggu x 3 sks x 50 menit = 150 menit
- (3) (BT + BM : (1+ 1)x (3x60")). Dibaca: Belajar terstruktur 1 kali (minggu) dan belajar mandiri 1 kali (minggu) x 3 sks x 60 menit = 360 menit (6 jam)
- (4) RPS: Rencana Pembelajaran Semester, RMK: Rumpun Mata Kuliah, Prodi: Program Studi
- (5) Kriteria penilaian: A= 80-100; B= 70-79; C= 60-69; D= 50-59; E= <50
- (6) Mahasiswa dinyatakan *lulus*, jika minimal memperoleh nilai C= 60

Bengkulu, 15 September 2019
Tim Pengajar

Eka Sriwahyuni, MM
Ratih Khairina, M.M
Levrizal heri Purwadi, ST.MM
Izar Fisdriansyah.ST.MM
Yusmaneri, M.P.d

Koordinator MK

Mengetahui
Ka. Prodi

Dr. Asnaini, MA.

Yosy Arisandy, MM.

NIP . 197304121998032003

NIP. 198508012014032001

Dosen Pengembang

Ratih Khairina, MM