



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO 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 Syariah	ESY-610324	MKKU	5	7	24 September 2023
	Dosen Pengembang RPS		Koordinator MK		Ka. Prodi
	1. Yenti Sumarni, MM 2. Aan Shar, MM		 Yenti Sumarni, MM NIP. 197904162007012020		 Herlina Yustati, MA.Ek NIP 198505222019032004
Capaian Pembelajaran	A. CPL Prodi yang Dibebankan pada MK				
	CPL-1 (S-8)	Lulusan mampu menunjukkan sikap religius			
	CPL-2 (P-6)	Lulusan mampu menguasai Konsep ekonomi Syariah dengan baik			
	CPL-3 (KU-5)	Lulusan mampu mengimplementasikan teknologi untuk pengembangan keilmuan ekonomi syariah secara efektif			
	CPL-4 (KK-1)	Lulusan mampu berperan sebagai warga dunia yang berwawasan global			
		Lulusan mampu membuat keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang ekonomi syariah			
	B. Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)				
	CPMK1	C4. Mahasiswa mampu menguraikan secara tepat teori-teori dalam studi Manajemen Pemasaran Syariah.			
	CPMK2	A5. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter Jujur dan Mandiri di dalam kegiatan pembelajaran manajemen pemasaran.			

	C. Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)	
	Sub-CPMK1	LandasanNormatif dalam Islam danPemasaranUnderstandingNormative Foundations inIslam and Marketing
	Sub-CPMK2	Dinamika Umat Islam Sebagai Potensial Market (Pasar, Perilaku Pasar, Dan Nilai Pelanggan)Able To describe The Dynamics Of Muslims As A Potential Market (Market, Market Behavior, And Customer Value)
	Sub-CPMK3	Konsep Pemasaran Syariah Defining Sharia Marketing Concept
	Sub-CPMK4	Konsep Pemasaran Syariah Defining Sharia Marketing Concept
	Sub-CPMK5	Etika Dalam Pemasaran Explaining Ethics In Marketing
	Sub-CPMK6	Produk Halal Dan Transaksi Yang Dilarang Dalam Islamexplaining Halal Products And Transactions Prohibited In Islam
	Sub-CPMK7	Karakteristik Pemasaran Syariah Able To Identify The Characteristics Of Islamic Marketing
	Sub-CPMK8	Karakter NabiMuhammad SebagaiMarketer yang Sesuaidengan Nilai-Nilai Islam
	Sub-CPMK9	Karakter NabiMuhammad SebagaiMarketer yang Sesuaidengan Nilai-Nilai Islam
	Sub-CPMK10	Perilaku Konsumen muslim
	Sub-CPMK11	Strategi marketing mix
	Sub-CPMK12	Strategi marketing mix
	Sub-CPMK13	Strategi Pengembangan Produk Baru
	Sub-CPMK14	Strategi Produk, Penetapan Harga, Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Eceran, Dan Saluran Distribusi
Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK	CPMK1	Sub-CPMK2, Sub-CPMK3, Sub-CPMK4
	CPMK2	Sub-CPMK1, Sub-CPMK2, Sub-CPMK3, Sub-CPMK4, Sub-CPMK5, Sub-CPMK6, Sub-CPMK7, Sub-CPMK8, Sub-CPMK9
	CPMK3	Sub-CPMK10
	CPMK4	Sub-CPMK10
Diskripsi Mata Kuliah	Mahasiswa diharapkan mengetahui konsep dasar manajemen dan mengapa manajemen diperlukan dalam sebuah organisasi bisnis. Mengetahui perbedaan antara manajemen sebagai sains maupun manajemen sebagai seni. Mengetahui tipe-tipe	

	manajemen secara hierarkis beserta keahlian manajerial yang diperlukan untuk setiap hierarkis tersebut. Mengetahui konsep manajemen secara fungsional yang mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengimplementasian, pengawasan dan pengendalian dalam manajemen perusahaan. Mengetahui konsep manajemen secara operasional dalam organisasi bisnis yang mencakup manajemen sumber daya manusia, manajemen produksi atau operasi, manajemen pemasaran, dan manajemen keuangan	
Pokok Bahasan	1. LandasanNormatif dalam Islam danPemasaranUnderstandingNormative Foundations inIslam and Marketing 2. Dinamika Umat Islam Sebagai Potensial Market (Pasar, Perilaku Pasar, Dan Nilai Pelanggan)Able Todescribe The Dynamics Of Muslims As A Potential Market (Market, Market Behavior, And Customer Value) 3. Konsep Pemasaran Syariah Defining Sharia Marketing Concept 4. Konsep Pemasaran Syariah Defining Sharia Marketing Concept 5. Etika Dalam Pemasaran Explaining Ethics In Marketing 6. Produk Halal Dan Transaksi Yang Dilarang Dalam Islamex plaining Halal Products And Transactions Prohibited In Islam 7. Karakteristik Pemasaran Syariah Able To Identify The Characteristics Of Islamic Marketing 8. Karakter NabiMuhammad SebagaiMarketer yang Sesuaidengan Nilai-Nilai Islam 9. Karakter NabiMuhammad SebagaiMarketer yang Sesuaidengan Nilai-Nilai Islam 10. Perilaku Konsumen muslim 11. Strategi marketing mix 12. Strategi marketing mix 13. Strategi Pengembangan Produk Baru 14. Strategi Produk, Penetapan Harga, Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Eceran, Dan Saluran Distribusi	
Pustaka	Utama 1. Hendy Mustiko Aji, Manajemen Pemasaran Syariah. UPT STIM YKPN 2. Usman, Hardius dkk. 2020. Islamic Marketing. Depok: Rajawali Press 3. Asnawi, Nur dan Fanani, Muhammad Asnan. 2017. Pemasaran Syariah. Depok: Rajawali Press 4. Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga Pendukung :	

	1. .Alma, Buchari. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta 2. Tjiptono, Fandy dkk. 2008. Pemasaran Strategic.Yogyakarta: Andi3.Setyaningrum, Ari dkk. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: And	
Media Pembelajaran	Perangkat lunak :	Perangkat keras :
	Aplikasi MS Office dan Power Point	Papan Tulis, Laptop, dan LCD
	Whatsaap Group, Siakad, Zoom Meetings	Laptop, Smart Phone dan Headset
Team Teaching	1. EKA Sri Wahyuni, MM 2. Yenti Sumarni, MM 3. Drs. H. Syaifuddin, MM. 4. Badaruddin Nurhab, S.Th I, MM 5. Faisal Muttaqin, SE., MSM	
Mata kuliah Syarat	-	

Pertemuan Ke-	Sub-CPMK	Indikator Penilaian	Bentuk & Kriteria Penilaian	Metode Pembelajaran Luring	Metode Pembelajaran	Materi Pembelajaran	Materi Pembelajaran (EN)	Bobot Penilaian (%)
1	Mampu menjelaskan tentang Landasan Normatif dalam Islam dan Pemasaran Understanding Normative Foundations in Islam and Marketing	Pembahasan mengenai Landasan Normatif dalam Islam dan Pemasaran Understanding Normative Foundations inIslam and Marketing	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi Pemaparan hasil observa 2. Evaluasi - E - Learning pembahasaan hasil penyusunan tugas	1. Mampu mendefinisikan konsep ibadah dan muamalah 2.Mampu menjelaskan tentang islam dan pemasaran 3.Mampu menjelaskan landasann ormative dalam pemasaran islam	1. Mampu mendefinisikan konsep ibadah dan muamalah 2.Mampu menjelaskan tentang islam dan pemasaran 3.Mampu menjelaskan landasan normative dalam pemasaran islam	5

2	Mampu menjelaskan Dinamika Umat Islam Sebagai Potensial Market (Pasar, Perilaku Pasar,dan Nilai Pelanggan) Ableto describe the dynamicsof Muslims as a potential market (market, market behavior, and customer value)	Pemahaman mengenai Dinamika Umat Islam Sebagai Potensial Market (Pasar, Perilaku Pasar,dan Nilai Pelanggan) Ableto describe the dynamicsof Muslims as a potential market (market, market behavior, and customer value	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	1.Menggambarkan Penduduk Muslim Dunia 2.Menjelaskan Pertumbuhan Penduduk Muslim dan Konsekuensi ekonominya 3.Membedakan Kebutuhan, keinginan, dan permintaan 4.Menjelaskan nilai produk dan tahapan strategi pemasaran	1.Menggambarkan Penduduk Muslim Dunia 2.Menjelaskan Pertumbuhan Penduduk Muslim dan Konsekuensi ekonominya 3.Membedakan Kebutuhan, keinginan, dan permintaan 4.Menjelaskan nilai produk dan tahapan strategi pemasaran	10
3	Mampu menjelaskan Konsep Pemasaran Syariah Defining Sharia MarketingConcep	Pemahaman mengenai Konsep Pemasaran Syariah Defining Sharia Marketing Concep	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	1.Menjelaskan Konsep Pemasaran Konvensional dalam pandangan Islam /Explainingthe Concept of Conventional Marketing in Islam 2.Menjelaskan Filosofi Pemasaran Syariah /Explaining the Shariah Marketing Philosophy 3.Mendeskripsikan orientasi pemasaran dalam Islam / Describe marketing orientation in Islam	1.Menjelaskan Konsep Pemasaran Konvensional dalam pandangan Islam /Explainingthe Concept of Conventional Marketing in Islam 2.Menjelaskan Filosofi Pemasaran Syariah /Explaining the Shariah Marketing Philosophy 3.Mendeskripsikan orientasi pemasaran dalam Islam / Describe marketing orientation in Islam	5

4	Mampu menjelaskan tentang Konsep Pemasaran Syariah Defining Sharia Marketing Concep	Pemahaman mengenai Konsep Pemasaran Syariah Defining Sharia Marketing Concep	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi - Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	4.Menjelaskan tujuan pemasaran dalam Islam /Explain the purpose of marketing in Islam 5.Menjelaskan Prinsip Pemasaran Syariah /Explaining Sharia Marketing Principles	4.Menjelaskan tujuan pemasaran dalam Islam /Explain the purpose of marketing in Islam 5.Menjelaskan Prinsip Pemasaran Syariah /Explaining Sharia Marketing Principles	5
5	Mampu menjelaskan tentang Etika dalam Pemasaran Explaining Ethics in Marketing	Pemahaman mengenai Etika dalam Pemasaran Explaining Ethics in Marketing	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi - Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	1.Merumuskan faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Etis dalam Islam /Formulate the factors that influence Ethical Behavior in Islam 2.Menjelaskan penerapan Nilai-nilai Islam dalam Pemasaran Syariah /Explainthe application of Islamic Values in Sharia Marketing 3.Mendeskripsikan Etika Pemasaran Syariah / Describe Sharia Marketing Ethics 4.Mendeskripsikan Pentingnya	1.Merumuskan faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Etis dalam Islam /Formulate the factors that influence Ethical Behavior in Islam 2.Menjelaskan penerapan Nilai-nilai Islam dalam Pemasaran Syariah /Explainthe application of Islamic Values in Sharia Marketing 3.Mendeskripsikan Etika Pemasaran Syariah / Describe Sharia Marketing Ethics 4.Mendeskripsikan Pentingnya	5

						Implementasi etika dan perilaku etis dalam pemasaran /Describe the importance of implemen tingethics and ethical behavior in marketing	Implementasi etika dan perilaku etis dalam pemasaran/ Describe the importance of implemen tingethics and ethical behavior in marketing	
6	Mampu menjelaskan tentang Produk Halal dan Transaksi yang Dilarang dalam Islam Explaining Halal Products and Transactions Prohibited in Islam	Pemahaman Mengenai Produk Halal dan Transaksi yang Dilarang dalam Islam Explaining Halal Products and Transactions Prohibited in Islam	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi - Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	1.Menjelaskan Konsep Kehalalan Produk /Identifying Criteriafor Halal Products (Services) 2.Mengidentifikasi Kriteria Produk(Barang) Halal /Identifying Criteriafor Halal Products(Goods) 3.Mengidentifikasi Kriteria Produk(Jasa) Halal /identifying the Concept of Halal Products(Services) 4.Menjelaskan Motif-motif transaksi yang dilarang / Explaint he motives of	1.Menjelaskan Konsep Kehalalan Produk /Identifying Criteriafor Halal Products(Services) 2.Mengidentifikasi Kriteria Produk(Barang) Halal /Identifying Criteriafor Halal Products(Goods) 3.Mengidentifikasi Kriteria Produk (Jasa) Halal /identifying the Concept of Halal Products (Services) 4.Menjelaskan Motif-motif transaksi yang dilarang / Explaint he motives of	5

						prohibited transactions 5.Merangkum perkembangan produk halal didunia /Summarizing the development of halal products in the world	prohibited transactions 5.Merangkum perkembangan produk halal didunia /Summarizing the development of halal products in the world	
7	Mampu menjelaskan tentang karakteristik Pemasaran Syariah Able to identify the characteristics of Islamic Marketing	Pemahaman Mengenai karakteristik Pemasaran Syariah Able to identify the characteristics of Islamic Marketing	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi - Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	1. Menjelaskan Misi dan tujuan organisasi/Explain the mission and objectives of the organization 2.Menjelaskan Fungsi dan Tujuan Organisasi /Explain the Functions and Objectives of the Organization 3.Mengidentifikasi Tipe tujuan dan proses penetapan tujuan / Identifying Types of objectives and goal setting process 4.Mengidentifikasi Tipe-Tipe Keputusan /Identifying Decision	1. Menjelaskan Misi dan tujuan organisasi/Explain the mission and objectives of the organization 2.Menjelaskan Fungsi dan Tujuan Organisasi /Explain the Functions and Objectives of the Organization 3.Mengidentifikasi Tipe tujuan dan proses penetapan tujuan / Identifying Types of objectives and goal setting process 4.Mengidentifikasi Tipe-Tipe Keputusan /Identifying Decision	10

						Types 5.Menggambarkan Proses Pembuatan keputusan, Keterlibatan bawahan dalam pengambilan keputusan /Describe the decision-making process,involvement of subordinates in decision-making	Types 5.MenggambarkanPr oses Pembuatan keputusan, Keterlibatan bawahan dalam pengambilan keputusan /Describe the decision-making process ,involvement of subordinates indecision-making	
8	UTS	Mengerjakan soal UTS						
9	Mampu menjelaskan tentang Karakter Nabi Muhammad Sebagai Marketer yang Sesuai dengan Nilai-Nilai Islam	Pemahaman Mengenai Karakter Nabi Muhammad Sebagai Marketer yang Sesuai dengan Nilai- Nilai Islam	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi - Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	1.Menjelaskan akhlakul Karimah 2.Menjelaskan implementasi akhlakul karimah dalam berbisnis	1.Menjelaskan akhlakul Karimah 2.Menjelaskan implementasi akhlakul karimah dalam berbisnis	10
10	Mampu menjelaskan tentang Karakter Nabi Muhammad Sebagai Marketer yang Sesuai dengan Nilai-Nilai Islam	Pemahaman mengenai Karakter Nabi Muhammad Sebagai Marketer yang Sesuai dengan Nilai- Nilai Islam	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi - Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	3.Merumuskan bagaimana seharusnya pola berpikir marketer Muslim 4.Mengidentifikasi sifat marketer yang sesuai Al-Quran	3.Merumuskan bagaimana seharusnya pola berpikir marketer Muslim 4.Mengidentifikasi sifat marketer yang sesuai Al-Quran	5

11	Mampu menjelaskan tentang Perilaku Konsumen Muslim	Pemahaman mengenai Perilaku Konsumen Muslim	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi - Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	1.Mengidentifikasi factor penentu perilaku konsumen 2.Menjelaskan proses pengambilan keputusan 3.Membedakan perilaku konsumen dalam Islam dan Konvensional	1.Mengidentifikasi factor penentu perilaku konsumen 2.Menjelaskan proses pengambilan keputusan 3.Membedakan perilaku konsumen dalam Islam dan Konvensional	5
12	Mampu menjelaskan tentang Strategi Marketing Mix	1. Pemahaman mengenai analisis strategi penetapan harga, distribusi dan promosi 2.Mengidentifikasi Marketing Mix dengan Indikator yang sesuai syariah	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi - Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	1.Menelaah Marketing Mix dari berbagai pendapat pakar 2.Mengidentifikasi Marketing Mix dengan Indikator yang sesuai syariah	1.Menelaah Marketing Mix dari berbagai pendapat pakar 2.Mengidentifikasi Marketing Mix dengan Indikator yang sesuai syariah	10
13	Mampu menjelaskan tentang Strategi Marketing Mix	Pemahaman mengenai Strategi Marketing Mix	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi - Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	Merumuskan Marketing Mix yang di implementasikan pada usaha/bisnis di sekitar	Merumuskan Marketing Mix yang di implementasikan pada usaha/bisnis di sekitar	15

14	Mampu menjelaskan tentang strategi pengembangan produk baru	Pemahaman mengenai strategi pengembangan produk baru	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi - Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	1. Menjelaskan Konsep Produk Baru 2. Menjelaskan Tahapan Pengembangan Produk 3. Mengidentifikasi Faktor-faktor Pendorong dan Penghambat dalam Pengembangan Produk Baru 4. Menjelaskan konsep product life cycles / siklus kehidupan produk 5. Mencontohkan produk yang memper panjang siklus hidup produknya 6. Menjelaskan manfaat branding produk	1. Menjelaskan Konsep Produk Baru 2. Menjelaskan Tahapan Pengembangan Produk 3. Mengidentifikasi Faktor-faktor Pendorong dan Penghambat dalam Pengembangan Produk Baru 4. Menjelaskan konsep product life cycles / siklus kehidupan produk 5. Mencontohkan produk yang memper panjang siklus hidup produknya 6. Menjelaskan manfaat branding produk	5
15	Mampu menjelaskan tentang Strategi Produk, Penetapan Harga, Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Eceran, Dan Saluran Distribusi	Pemahaman mengenai Strategi Produk, Penetapan Harga, Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Eceran, Dan Saluran Distribusi	-Kesesuaian diskusi terkait materi - Keaktifan dikelas - Kuis	1) Kuliah 2) Diskusi 3) Tugas	1. Diskusi - Pemaparan hasil observasi 2. Evaluasi - E-Learning pembahasan hasil penyusunan tugas	1. Menjelaskan terkait Strategi Produk 2. Menjelaskan terkait strategi penetapan harga 3. Menjelaskan terkait strategi komunikasi pemasaran eceran	1. Menjelaskan terkait Strategi Produk 2. Menjelaskan terkait strategi penetapan harga 3. Menjelaskan terkait strategi komunikasi pemasaran eceran	5

						4.Menjelaskan strategi saluran distribusi	4.Menjelaskan strategi saluran distribusi	
16	UAS	Mengerjakan soal UAS						

Catatan:

1) RPS : Rencana Pembelajaran Semester, RMK : Rumpun Mata Kuliah, PRODI : Program Studi.

2) Kriteria Penilaian :

Kehadiran : 10%
Tugas Mandiri : 15%
Tugas Terstruktur : 15%
UTS : 25%
UAS : 35%

Koordinator MK,



Yenti Sumarni, MM
NIP. 197904162007012020

Bengkulu, 24 September 2022

Tim Pengajar

1. Yenti Sumarni, MM. 
2. Aan Shar, MM. 

Mengetahui
Koordinator Prodi,



Herlina Yustati, MA.Ek
NIP. 198505222019032004