



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	TANGGAL PENYUSUNAN			
Manajemen Pemasaran	MHU24004	Mata Kuliah Keahlian	3	II	22 Februari 2021			
OTORISASI	Dosen Pengembang RPS/ Pengampu Mata Kuliah		Koordinator Rumpun Keilmuan/ Mata Kuliah		Ketua Prodi			
	Aan Shar, M.M.		Eka Sri Wahyuni, M.M.		Faisal Muttaqin, M.S.M			
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-Prodi							
	CPL 1	Mampu Menunjukkan Kinerja Mandiri, Bermutu dan Terukur						
	CPL 2	Mampu Mengambil Keputusan Secara Tepat, dalam Masalah di Bidang Keahliannya Berdasarkan Hasil Analisis Informasi dan Data						
	CPL 3	Menguasai Pengetahuan dan Langkah-Langkah Integrasi Keilmuan (Agama dan Sains) Sebagai Paradigma Keilmuan						
	CP-MK		Mampu menganalisis strategi pemasaran suatu kasus bisnis perusahaan menggunakan konsep dan teori manajemen pemasaran					
Deskripsi Singkat MK	CPL 1 Mampu Memahami Konsep Dasar Manajemen Pemasaran CPL 2 Mampu Menguasai Konsep dan praktik pemasaran CPL 3 Mampu mengimplementasikan konsep manajemen pemasaran secara langsung pada perusahaan serta mengaplikasikan strategi pemasaran suatu kasus bisnis perusahaan menggunakan konsep dan teori manajemen pemasaran							
	Mata kuliah ini memberikan gambaran mengenai konsep dan praktik pemasaran. Mata kuliah ini dirancang untuk membantu memahami manajemen pemasaran yang dapat diterapkan secara langsung pada perusahaan serta mengaplikasikan strategi pemasaran suatu kasus bisnis perusahaan menggunakan konsep dan teori manajemen pemasaran							
Materi Pembelajaran/ Bahan Kajian	1. Konsep manajemen pemasaran dan dasar pemasaran 2. Peran pemasaran dalam perusahaan atau unit usaha syariah dan masyarakat							

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Perumusan strategi pemasaran 4. Perancangan, penyusunan dan pengembangan perencanaan pemasaran 5. Analisis pasar (proses, penentuan pasar, analisis permintaan dan pengukuran pasar) 6. Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) 7. Analisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian 8. Pengelolaan produk dan pengembangan produk baru 9. Komunikasi pemasaran 10. Strategi daur hidup produk 11. Strategi harga 12. Strategi Distribusi, Lokasi dan Lay Out 13. Strategi Bauran Promosi 14. Pengukuran Kepuasan Pelanggan 					
Pustaka	<p>Alfansi, L. 2012. <i>Pemasaran Jasa Finansial</i>. Jakarta: Salemba Empat. 2012.</p> <p>Asnawi, N., dan Fanani, M.A. 2017. <i>Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer</i>. Depok: RajaGrafindo Persada.</p> <p>Dharmesta, B.S. 2017. <i>Manajemen Pemasaran</i>. BMP EKMA4216, Tanggerang Selatan: Universitas Terbuka</p> <p>Tjiptono, F., dan Chandra, G. 2012. <i>Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing</i>. Edisi 2. Yogyakarta: CV Andi Offset.</p> <p>Tumpal, D. (2016). <i>Perencanaan Pemasaran</i>. BMP EKMA4569, Tanggerang Selatan: Universitas Terbuka</p>					
Media Pembelajaran	LCD, Laptop, Power Point slide dan Smart Phone					
Dosen/ Team Teaching	Aan Shar, M.M.					
Mata Kuliah Syarat	Ilmu Manajemen					
Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir tiap tahapan belajar)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Bentuk dan Metode Pembelajaran (Estiminasni Waktu)	Materi Pembelajaran	Bobot Penilaian (%)
1	Mahasiswa	Ketepatan dalam	Ketepatan	Kajian materi, 1. Pengertian		2%

	mampu memahami konsep manajemen pemasaran dan dasar pemasaran	menjelaskan konsep manajemen pemasaran dan dasar pemasaran	dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan diskusi)	diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	manajemen pemasaran 2. Definisi dan dinamika pemasaran 3. Tujuan dan manfaat pemasaran	
2	Mahasiswa mampu memahami peran pemasaran dalam perusahaan dan masyarakat	Ketepatan dalam menjelaskan peran pemasaran dalam perusahaan dan masyarakat	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan diskusi)	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	1. Pengertian pemasaran dari segi sosial dan manajerial 2. Peran pemasaran dalam perusahaan 3. Konsep pemasaran sebagai filosofi bisnis 4. Peran pemasaran dalam masyarakat 5. Tanggung jawab sosial perusahaan	3%
3	Mahasiswa mampu memahami perumusan	Ketepatan dalam perumusan strategi pemasaran	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab	1. Tugas-tugas manajemen dalam kondisi bisnis	3%

	strategi pemasaran		pendapat (tanya jawab dan diskusi)	(3x50)	2. Proses penyampaian nilai 3. Strategi pemasaran 4. Pengembangan strategi pemasaran	
4	Mahasiswa mampu memahami perancangan, penyusunan dan pengembangan perencanaan pemasaran	Ketepatan dalam menjelaskan perancangan, penyusunan dan pengembangan perencanaan pemasaran	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan diskusi)	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	1. Proses perancangan perencanaan pemasaran 2. Analisis situasi/ lingkungan 3. Pemetaan pemasaran	3%
5	Mahasiswa mampu menganalisis pasar (proses, penentuan pasar, analisis permintaan dan pengukuran pasar)	Ketepatan dalam menganalisis pasar	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan diskusi)	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	1. Proses analisis pasar 2. Penentuan pasar yang relevan 3. Analisis permintaan primer dan selektif 4. Pengukuran pasar	3%
6	Mahasiswa mampu	Ketepatan dalam menjelaskan	Ketepatan dalam	Kajian materi, diskusi mengenai	1. Pengelompokan pasar	3%

	memahami Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)	Segmentasi, Targeting, Positioning (STP)	penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan diskusi)	materi serta tanya jawab (3x50)	<ol style="list-style-type: none"> 2. Pengertian diferensiasi produk dan segmentasi pasar 3. Kriteria atau faktor-faktor dalam mensegment asikan pasar 4. Strategi penargetan pasar dan pemasian produk 5. Strategi pemasaran perusahaan dalam melayani segmen pasarnya 	
7	Mahasiswa mampu menganalisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian	Ketepatan dalam menganalisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan diskusi)	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deskripsi perilaku konsumen 2. Model perilaku konsumen 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi proses 	3%

					keputusan beli konsumen 4. Berbagai macam situasi pembelian pada pasar konsumen 5. Proses pengambilan keputusan konsumen	
8	Ujian Tengah Semester	Ketepatan Menjawab Soal UTS	Ketepatan Menjawab Soal UTS	Ujian Tertulis 5 soal (3x50)	Materi perkuliahan ke-1 s/d ke-7	25%
9	Mahasiswa mampu memahami pengelolaan produk dan pengembangan produk baru	Ketepatan dalam menjelaskan pengelolaan produk dan pengembangan produk baru	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan diskusi)	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	1. Pengertian produk 2. Konsep barang dan jasa 3. Penggolongan produk melalui berbagai pendekatan 4. Pertimbangan pemasaran pada produk konsumen 5. Tahapan pengembangan	3%

					an produk mulai dari pencarian ide sampai dengan komersialisasi	
10	Mahasiswa mampu memahami komunikasi pemasaran	Ketepatan dalam menjelaskan komunikasi pemasaran	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan diskusi)	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep pentingnya komunikasi pemasaran 2. Pengertian komunikasi pemasaran 3. Tantangan komunikasi pemasaran 	3%
11	Mahasiswa mampu menganalisis strategi pemasaran dalam daur hidup produk	Ketepatan dalam menganalisis strategi pemasaran dalam daur hidup produk	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan diskusi)	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peranan daur hidup produk dalam strategi pemasaran 2. Strategi pemasaran dalam tahap perkenalan 3. Strategi pemasaran dalam tahap pertumbuhan 4. Strategi 	3%

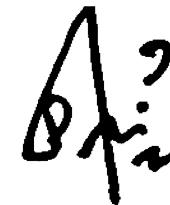
					pemasaran dalam tahap kedewasaan 5. Strategi pemasaran dalam tahap penurunan	
12	Mahasiswa mampu menganalisis strategi penetapan harga	Ketepatan dalam menganalisis strategi strategi penetapan harga	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan diskusi)	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	1. Harga dalam konteks pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga 2. Keputusan dan proses penetapan harga 3. Metode penetapan harga sebagai bagian dari manajemen pemasaran	3%
13	Mahasiswa mampu menganalisis strategi distribusi, lokasi dan lay out	Ketepatan dalam menganalisis strategi distribusi, lokasi dan lay out	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	1. Konsep saluran distribusi dan alasan-alasan penggunaan	

			diskusi)		perantara 2. Konsep lokasi dan lay out 3. Model keputusan distribusi, lokasi dan lay out yang dapat dijadikan alternatif strategi dalam menyampaikan produk kepada pelanggan	
14	Mahasiswa mampu menganalisis strategi bauran promosi	Ketepatan dalam menganalisis strategi bauran promosi	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan diskusi)	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	1. Konsep bauran promosi 2. Tujuan promosi 3. Pemilihan media promosi	2%
15	Mahasiswa mampu menganalisis pengukuran kepuasan pelanggan	Ketepatan dalam menganalisis pengukuran kepuasan pelanggan	Ketepatan dalam penguasaan dan menyampaikan pendapat (tanya jawab dan	Kajian materi, diskusi mengenai materi serta tanya jawab (3x50)	1. Konsep kepuasan pelanggan 2. Metode pengukuran kepuasan	3%

			diskusi)		pelanggan 3. Strategi meningkatkan kepuasan pelanggan	
16	Ujian Akhir Semester	Ketepatan menjawab soal UAS	Ketepatan Menjawab Soal UAS	Ujian Tertulis 5 soal (3x50)	Materi perkuliahan ke- 9 s/d ke-15	35%

Bengkulu, 18 Februari 2024
Dosen Mata Kuliah

Aan Shar, M.M.





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO

BENGKULU

Pagar Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu

Telepon : 0736-51276

ISI PRESENSI MAHASISWA MANAJEMEN HAJI DAN UMRAH 2023 GENAP

Mata Kuliah : MHU-410320 - Manajemen Pemasaran Nama Kelas : 4 A

No	NIM	Nama	TATAP MUKA															
			21 Mar 2024	28 Mar 2024	4 Apr 2024	18 Apr 2024	25 Apr 2024	2 Mei 2024	9 Mei 2024	16 Mei 2024	30 Mei 2024	4 Jun 2024	6 Jun 2024	10 Jun 2024	11 Jun 2024	13 Jun 2024	14 Jun 2024	20 Jun 2024
Peserta Reguler																		
1	2223170002	ADELIA AMANDA	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
2	2223170004	DAFFA MAULANA SANJA	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
3	2223170005	IZZAH NABILLA ZM	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
4	2223170006	MARWIYAH	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
5	2223170007	MELIA SAHPUTRI	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
6	2223170008	REFAZZATUL UMMAMAH	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
7	2223170009	SABRINA AULIA SALSABILLA	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
8	2223170010	WAHNESLY NURLIYA ANGGRAINI	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
9	2223170011	SALMA DIA WINANTA	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
10	2223170012	Dupu Rianti Putri	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
11	2223170013	LESI NOVITA SARI	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
12	2223170014	RIMA PUTRI KHUZAIFAH	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H

13	2223170015	INDRA HERIYANTONI PRATAMA	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
14	2223170016	ARDIAN ANGGARA	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
15	2223170017	ADIT APRIANSYAH	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
16	2223170018	AHMAD ALDI	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	A
17	2223170019	Arum Rahmatika Astri	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
18	2223170020	Zhahira Syahwa Hafidza	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
19	2223170021	Miftarul Haikal	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H	H
Paraf Ketua Kelas																		
Paraf Dosen																		



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Pagar Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu

Telepon : 0736-51276

NILAI PERKULIAHAN MAHASISWA

PRODI : MANAJEMEN HAJI DAN UMRAH

PERIODE : 2023 GENAP

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Nama Kelas : 4 A

Kelas / Kelompok :

Kode Mata Kuliah : MUH-410320

SKS : 3

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tugas Mandiri (15%)	Tugas Terstruktur (15%)	UTS (25%)	UAS (35%)	KEHADIRAN (10%)	Nilai	Grade	Lulus	Sunting KRS?	Info
1	2223170002	ADELIA AMANDA	70.00	85.00	85.00	83.00	100	83.55	A-	✓		
2	2223170004	DAFFA MAULANA SANJA	75.00	77.50	83.00	83.00	100	82.68	A-	✓		
3	2223170005	IZZAH NABILLA ZM	70.00	82.50	85.00	83.00	100	83.18	A-	✓		
4	2223170006	MARWIYAH	70.00	75.00	83.00	80.00	100	80.50	A-	✓		
5	2223170007	MELIA SAHPUTRI	75.00	79.00	83.00	80.00	100	81.85	A-	✓		
6	2223170008	REFAZZATUL UMMAMAH	90.00	87.50	87.00	83.00	100	87.43	A	✓		
7	2223170009	SABRINA AULIA SALSABILLA	85.00	82.50	83.00	85.00	100	85.63	A	✓		
8	2223170010	WAHNESLY NURLIYA ANGGRAIN	80.00	82.50	85.00	85.00	100	85.38	A	✓		
9	2223170011	SALMA DIA WINANTA	85.00	84.00	83.00	85.00	100	85.85	A	✓		
10	2223170012	Dupu Rianti Putri	65.00	77.50	85.00	85.00	100	82.38	A-	✓		
11	2223170013	LESI NOVITA SARI	65.00	76.50	80.00	80.00	100	79.23	B+	✓		
12	2223170014	RIMA PUTRI KHUZAIFAH	65.00	74.00	83.00	80.00	100	79.60	B+	✓		
13	2223170015	INDRA HERIYANTONI PRATAMA	65.00	75.00	83.00	85.00	100	81.50	A-	✓		
14	2223170016	ARDIAN ANGGARA	65.00	74.00	80.00	80.00	100	78.85	B+	✓		
15	2223170017	ADIT APRIANSYAH	65.00	76.50	77.00	80.00	100	78.48	B+	✓		
16	2223170018	AHMAD ALDI	70.00	81.50	77.00	0.00	93.75	51.35	C-	✓		
17	2223170019	Arum Rahmatika Astri	70.00	74.00	85.00	87.00	100	83.30	A-	✓		
18	2223170020	Zhahira Syahwa Hafidza	70.00	76.50	83.00	83.00	100	81.78	A-	✓		
19	2223170021	Miftarul Haikal	65.00	77.50	80.00	80.00	100	79.38	B+	✓		

Rata-rata nilai kelas

71.84

78.87

82.63

78.26

99.67

80.63

3.63

Pengisian nilai untuk kelas ini ditutup pada **Kamis, 27 Juni 2024** oleh **2006088905**

Tanggal Cetak : Kamis, 27 Juni 2024, 15:35:30

Paraf Dosen :

AAN SHAR