



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Pagar Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu

Telepon : 0736-51276

JURNAL PERKULIAHAN EKONOMI SYARIAH 2024 GENAP

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH

NAMA DOSEN : YENTI SUMARNI

KREDIT/SKS : 3 SKS

KELAS : 6A

TATAP MUKA KE	HARI/TANGGAL	MULAI	SELESAI	RUANG	STATUS	RENCANA MATERI	REALISASI MATERI	KEHADIRAN MHS	PENGAJAR	TANDA TANGAN
1	Selasa, 21 Januari 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu Memahami Konsep Dasar Pemasaran Syariah	1. Pengertian Pemasaran Syariah: Pemasaran yang berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah yang mengutamakan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial. 2. Perbedaan Pemasaran Syariah dan Konvensional: Pemasaran konvensional berfokus pada keuntungan material, sementara pemasaran syariah juga mempertimbangkan aspek moral dan spiritual.	(31 / 34)	YENTI SUMARNI	
2	Selasa, 28 Januari 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu Mendeskripsikan Nilai-Nilai Islam dalam Pemasaran	1. Kejujuran (Al-Sidq): Dalam pemasaran syariah, segala aktivitas pemasaran harus dilakukan secara jujur, tanpa penipuan atau manipulasi. 2. Keadilan (Al-Adl): Harga, kualitas produk, dan transaksi dalam pemasaran syariah harus adil untuk kedua belah pihak, baik produsen maupun konsumen. 3. Transparansi (Al-Bayyinah): Semua informasi yang diberikan kepada konsumen harus jelas dan benar, tanpa menyembunyikan fakta penting.	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	
3	Selasa, 4 Februari 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu mengidentifikasi Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dalam Pemasaran Syariah	1. Segmentasi Syariah: Pengelompokan pasar berdasarkan nilai-nilai syariah, seperti kelompok konsumen yang memilih produk halal. 2. Targeting Syariah: Menentukan segmen pasar yang sesuai dengan produk yang mematuhi aturan-aturan syariah. Positioning Syariah: Menempatkan produk di benak konsumen sebagai produk yang aman, halal, dan berkualitas sesuai prinsip syariah.	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	
4	Selasa, 11 Februari 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu menngidentifikasi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Perspektif Syariah	1. Produk (Product): Produk harus halal dan thayyib (baik), serta memberikan manfaat bagi konsumen. 2. Harga (Price): Penetapan harga harus adil, tidak boleh mengandung unsur riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), atau penipuan. 3. Promosi (Promotion): Promosi harus dilakukan dengan cara-cara yang etis, tanpa menipu atau memberikan janji yang berlebihan. 1. Distribusi (Place): Distribusi produk harus melalui jalur yang bersih dari unsur haram dan memastikan produk tetap halal hingga sampai ke konsumen.	(21 / 34)	YENTI SUMARNI	
5	Selasa, 18 Februari	10:01	12:30		Selesai	Mampu Menjelaskan Produk Halal dan	1. Produk Halal: Produk yang dihasilkan	(30 / 34)	YENTI SUMARNI	

	2025				Pemasarannya	dan dipasarkan sesuai dengan hukum Islam, baik dari sisi bahan maupun proses produksinya. Strategi Pemasaran Produk Halal: Menggunakan logo halal, sertifikasi halal, dan kampanye yang menekankan pentingnya produk yang halal dan thayyib				<i>✓</i> <i>✓</i>
6	Selasa, 25 Februari 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu mengidentifikasi Penetapan Harga dalam Perspektif Syariah	1. Harga yang Adil (Fair Price): Harga harus mencerminkan keadilan dan tidak boleh eksploratif terhadap konsumen. 2. Larangan Riba dalam Penetapan Harga: Tidak diperbolehkan ada unsur bunga dalam transaksi harga. 3. Penetapan Harga dalam Kerangka Syariah: Harga disesuaikan dengan kualitas, biaya, dan keuntungan yang wajar	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	<i>✓</i> <i>✓</i>
7	Selasa, 4 Maret 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu mengidentifikasi Promosi dalam Pemasaran Syariah	1. Etika Promosi: Dalam promosi, tidak diperbolehkan ada unsur manipulasi, kebohongan, atau iklan yang merugikan konsumen. 2. Promosi yang Islami: Mendorong penggunaan kata-kata yang bersifat edukatif, tidak merangsang konsumerisme berlebihan, dan mempromosikan manfaat produk sesuai syariah.	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	<i>✓</i> <i>✓</i>
8	Selasa, 11 Maret 2025	10:01	12:30		Selesai	Ujian Tengah Semester	Ujian Tengah Semester	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	<i>✓</i> <i>✓</i>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Pagar Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu

Telepon : 0736-51276

JURNAL PERKULIAHAN EKONOMI SYARIAH 2024 GENAP

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH
NAMA DOSEN : YENTI SUMARNI
KREDIT/SKS : 3 SKS
KELAS : 6A

TATAP MUKA KE	HARI/TANGGAL	MULAI	SELESAI	RUANG	STATUS	RENCANA MATERI	REALISASI MATERI	KEHADIRAN MHS	PENGAJAR	TANDA TANGAN
9	Selasa, 18 Maret 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu Memahami Distribusi dalam Pemasaran Syariah	1. Distribusi yang Halal: Proses distribusi harus memastikan produk tetap terjaga kehalalannya hingga ke tangan konsumen. 2. SaluranDistribusi: Menggunakan jaringan distribusi yang tidak melibatkan unsur haram dan sesuai dengan prinsip syariah.	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	<i>[Handwritten signature]</i>
10	Selasa, 25 Maret 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu Mengimpementasikan Etika Bisnis dan Pemasaran Syariah	1. Etika dalam Transaksi Bisnis: Pemasaran syariah mengharuskan setiap pelaku bisnis untuk mematuhi etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, dan bertanggung jawab terhadap produk yang dijual. 2. Larangan Gharar, Maisir, dan Riba: Semua aktivitas bisnis yang melibatkan ketidakpastian (gharar), perjudian (maisir), dan bunga (riba) dilarang dalam pemasaran syariah. 1. Etika dalam Transaksi Bisnis: Pemasaran syariah mengharuskan setiap pelaku bisnis untuk mematuhi etika bisnis Islam seperti kejujuran, keadilan, dan bertanggung jawab terhadap produk yang dijual. 2. Larangan Gharar, Maisir, dan Riba: Semua aktivitas bisnis yang melibatkan ketidakpastian (gharar), perjudian (maisir), dan bunga (riba) dilarang dalam pemasaran syariah.	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	<i>[Handwritten signature]</i>
11	Selasa, 1 April 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu menerapkan Digital Marketing dalam Perspektif Syariah	1. Penggunaan Media Digital dalam Pemasaran Syariah: Bagaimana memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial, situs web, dan ecommerce dalam pemasaran produk halal dan syariah. 2. Tantangan dan Peluang Digital Marketing Syariah: Bagaimana menghadapi tantangan seperti persaingan pasar global dan memanfaatkan peluang pemasaran digital untuk menjangkau konsumen Muslim global.	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	<i>[Handwritten signature]</i>
12	Selasa, 8 April 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu mengimplementasi Loyalitas Konsumen dalam Pemasaran Syariah	1. Membangun Loyalitas Berdasarkan Nilai Syariah: Loyalitas konsumen dibangun berdasarkan hubungan yang adil, transparan, dan saling menghormati antara produsen dan konsumen. 2. Strategi Retensi Konsumen Syariah: Memastikan kualitas produk halal dan pelayanan yang sesuai dengan prinsip-	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	<i>[Handwritten signature]</i>

							prinsip syariah untuk mempertahankan pelanggan.			
13	Selasa, 15 April 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu Mengimplementasikan Manajemen Strategi Pemasaran Syariah di Era Digital dan Globalisasi	1. Tantangan Pemasaran Syariah: Persaingan global, produk substitusi yang tidak halal, dan edukasi konsumen tentang pentingnya produk halal. 2. Peluang Global Pemasaran Syariah: Pasar Muslim global yang besar dan berkembang, serta tren kesadaran konsumen akan produk halal.	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	
14	Selasa, 22 April 2025	10:01	12:30		Selesai	Mampu Penerapan Pemasaran Syariah dalam Berbagai Sektor	1. Menjelaskan Konsep ProdukBaru 2. Menjelasakan Tahapan PengembanganProduk 3. Mengidentifikasi Faktor-faktor Pendorong dan Penghambat dalam Pengembangan Produk Baru 4. Menjelaskan konsep product life cycles / sikluskehidupan produk 5. Mencontohkan produk yang memperpanjang siklus hidup produknya 6. Menjelaskan manfaat branding produk	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	
15	Selasa, 29 April 2025	10:01	12:30		Selesai	Studi Kasus Pemasaran Syariah	1. Kasus Pemasaran Produk Halal: Studi kasus tentang perusahaan yang sukses menerapkan strategi pemasaran syariah. 2. Kasus Gagalnya Penerapan Pemasaran Syariah: Analisis kegagalan perusahaan dalam mematuhi prinsip syariah yang berdampak pada reputasi dan keberlanjutan bisnis	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	
16	Selasa, 6 Mei 2025	10:01	12:30		Selesai	Ujian Akhir Semester	Ujian Akhir Semester	(34 / 34)	YENTI SUMARNI	

Bengkulu, 01 Juli 2025
Ketua Prodi Ekonomi Syariah



HERLINA YUSTATI
NIDN 2022058501

