



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

Mata Kuliah Bisnis	: Manajemen	Semester : 2 (Dua)	Kode ESY-210204	SKS : II (Dua)	
Program Studi Syariah	: Ekonomi	Dosen : 1. Kustin Hartini, MM 2. Izar Fisdriansyah, MM 3. Debby Arisandi, MBA			
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI				
	CPL-1 (S-1)	Bertakwa kepada Tuhan yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius dalam kehidupan perseorangan, masyarakat dan bangsa;			
	CPL-2 (S-2)	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika;			
	CPL-3 (S-10)	Menginternalisasikan semangat kemandirian, kejuangan dan kewirausahaan di tempat tugas dan di masyarakat;			
	CPL-4 (S-14)	Menampilkan diri sebagai pribadi yang stabil, dewasa, arif dan berwibawa serta berkemampuan adaptasi (adaptability), fleksibilitas (flexibility), pengendalian diri, (self direction), secara baik dan penuh inisiatif di tempat tugas;			
	CPL-5 (P-7)	Menguasai langkah-langkah mengidentifikasi ragam upaya wirausaha yang bercirikan inovasi dan kemandirian yang berlandaskan etika Islam, keilmuan, profesional, lokal, nasional dan global			
	CPL-5(P-14)	Menguasai proses bisnis, lingkungan bisnis dan etika bisnis syariah berdasarkan keilmuan ekonomi syari'ah;			
	CPL-6(KK-1)	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam kontek pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya;			
	CPL-7(KK-10)	Menunjukkan kemampuan literasi informasi, media dan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk pengembangan keilmuan dan kemampuan kerja;			

Pembelajaran	Kemampuan Akhir Yang Diharapkan (2)	Bahan Kajian(3)	Bentuk Pembelajaran (4)	Bobot Nilai (6)	Referensi (7)
(CP)		Kontrak Kuliah			
2	Mampu untuk memahami dan menguasai materi konsep dasar manajemen Pemasaran	Konsep dasar manajemen pemasaran : <ol style="list-style-type: none"> Konsep inti pemasaran Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan. Produk, Nilai, Biaya, dan Kepuasan Pasar, Pemasaran dan Pemasar. Pemasaran dalam organisasi dna masyarakat. 	<ul style="list-style-type: none"> - Diskusi - Presentasi tugas - Responsi 	5	3 & 8

3	Mampu menjelaskan konsep dasar pemasaran syariah	Pemasaran syariah : a. Konsep pemasaran syariah b. Nilai-nilai pemasaran syariah c. Perbandingan pemasaran syariah dengan pemasaran konvensional.	- Diskusi - Presentasi tugas - Responsi	3	3 & 8
4	Mampu menjelaskan perbankan	Perbankan syariah di indonesia :	- Diskusi	5	8

	syariah di Indonesia.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengertian bank syariah b. Produk produk perbankan syariah. c. Peranan bank syariah bagi perekonomian d. Perkembangan bank syariah 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentasi tugas - Responsi 		
5	Mampu membangun kepuasan pelanggan melalui mutu, Pelayanan dan Nilai.	<p>Kepuasan pelanggan :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Nilai dan kepuasan Pelanggan. b. Rantai Nilai (Value Chain) c. Cara mengukur kepuasan nasabah d. Strategi kepuasan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> - Diskusi - Presentasi tugas - Responsi 	3	8
6	Mampu menganalisis pasar dan perilaku konsumen / nasabah.	<p>Pasar dan Perilaku konsumen/nasabah:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Model perilaku konsumen b. Factor yang mempengaruhi perilaku pembeli. c. Proses keputusan pembelian 	<ul style="list-style-type: none"> - Diskusi - Presentasi tugas - Responsi 	7	9
7	Mampu menganalisis industry dan para pesaing.	<p>Industry dan para pesaing :</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Mengidentifikasi Pesaing b. Mengidentifikasi Strategi Pesaing c. Menentukan Tujuan Pesaing d. Memperkirakan Kekuatan dan Kelemahan Pesaing e. Memperkirakan Pola Reaksi Pesaing 	<ul style="list-style-type: none"> - Diskusi - Presentasi tugas - Responsi 	5	9
8	UJIAN TENGAH SEMESTER				
9	Mampu mengidentifikasi segmen pasar dan memilih pasar sasaran.	<p>Segmen pasar dan memilih pasar sasaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Segmentasi Pasar b. Mengembangkan Gambaran Segmen Pelanggan c. Penetapan Sasaran Pasar 	<ul style="list-style-type: none"> - Diskusi - Presentasi tugas - Responsi 	7	9

10	Mampu menjelaskan riset pemasaran.	Riset Pemasaran : a. Peran riset pemasaran b. Mengumpulkan intelijen pemasaran c. Proses riset pemasaran. d. Riset pasar	- Diskusi - Presentasi tugas - Responsi	7	9
11	Mampu memahami konsep marketing mix	Marketing mix : a. Marketing mix strategi produk b. Harga c. Saluran distribusi d. Komunikasi integrasi	- Diskusi - Presentasi tugas - Responsi	5	9
12	Mampu mengembangkan produk bank syariah.	Produk bank syariah : a. Konsep dan prinsip bank syariah. b. Produk bank syariah c. Evolusi Pasar d. Branding	- Diskusi - Presentasi tugas - Responsi	5	3
13	Mampu menjelaskan sistem operasional internal bank syariah	Operasional internal bank syariah a. Organisasi dan Mekanisme Kerja Bank Syari'ah b. Pokok-Pokok Operasional Bank Syari'ah c. Kegiatan Operasional Bank Syari'ah	- Diskusi - Presentasi tugas - Praktek bank Mini	5	3
14	Mampu menjelaskan Promosi dan Perencanaan Program Pemasaran Produk bank syariah.	Promosi dan pemasaran produk bank: a. Mengelola Periklanan b. Promosi Penjualan c. Mengelola Armada Penjualan d. Mengelola Lini Produk, Merek dan Pengemasan e. Merancang Strategi dan Program Penetapan Harga	- Diskusi - Presentasi tugas - Praktek Bank Mini	5	3

15	Mampu menjelaskan Pelayanan Prima Bank Syariah	Pelayanan Prima: a. Etika Pelayanan b. Konsep pelayan c. Kualitas pelayanan bank d. Kiat pelayanan prima	- Presentasi - Praktek Bank Mini	5	3 & 4

REFERENSI

1. Adiwarman Aswar Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
2. Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah. Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004.)
3. Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- 4., *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.
5. Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
6. Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani: 2001.
7. Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2011.
8. Philip Kotler, *Marketing Management*, 11^h Ed., Prentice Hall, New Jersey, 2003.
- 9., *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 1994.
10. Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syari'ah*, Jakarta: Pustaka Alvabet, 2005.

Bengkulu, 12 Februari 2022

Koordinator MK,

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Tim Pengajar

Kustin Hartini, MM
Izar Fisdriansyah, MM

Mengetahui
Koordinator Prodi,

Herlina Yustati, MA.Ek
NIP. 198505222019032004