



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Pagar Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu

Telepon : 0736-51276

JURNAL PERKULIAHAN PERBANKAN SYARIAH 2024 GENAP

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN BANK
NAMA DOSEN : YENTI SUMARNI
KREDIT/SKS : 3 SKS
KELAS : 4 A

TATAP MUKA KE	HARI/TANGGAL	MULAI	SELESAI	RUANG	STATUS	RENCANA MATERI	REALISASI MATERI	KEHADIRAN MHS	PENGAJAR	TANDA TANGAN
1	Senin, 20 Januari 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	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.	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	
2	Senin, 27 Januari 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	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.	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	
3	Senin, 3 Februari 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dalam Pemasaran Syariah	. 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.	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	
4	Senin, 10 Februari 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	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.	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	
5	Senin, 17 Februari 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	Produk Halal dan Pemasarannya	1. Harga yang Adil (Fair Price): Harga	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	

							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			
6	Senin, 24 Februari 2025	07:30	09:50	Y.15	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	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	<i>Y.15</i>
7	Senin, 3 Maret 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	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 konsumersisme berlebihan, dan mempromosikan manfaat produk sesuai syariah.	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	<i>Y.15</i>
8	Senin, 10 Maret 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	Ujian Tengah Semester	Ujian Tengah Semester	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	<i>Y.15</i>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Pagar Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu

Telepon : 0736-51276

JURNAL PERKULIAHAN PERBANKAN SYARIAH 2024 GENAP

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN BANK
NAMA DOSEN : YENTI SUMARNI
KREDIT/SKS : 3 SKS
KELAS : 4 A

TATAP MUKA KE	HARI/TANGGAL	MULAI	SELESAI	RUANG	STATUS	RENCANA MATERI	REALISASI MATERI	KEHADIRAN MHS	PENGAJAR	TANDA TANGAN
9	Senin, 17 Maret 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	Distribusi dalam Pemasaran Syariah	1. Distribusi yang Halal: Proses distribusi harus memastikan produk tetap terjaga kehalalannya hingga ke tangan konsumen. 2. Saluran Distribusi: Menggunakan jaringan distribusi yang tidak melibatkan unsur haram dan sesuai dengan prinsip syariah.	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	<i>Y. sumarni</i>
10	Senin, 24 Maret 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	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.	(21 / 22)	YENTI SUMARNI	<i>Y. sumarni</i>
11	Senin, 31 Maret 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	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.	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	<i>Y. sumarni</i>
12	Senin, 7 April 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	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-prinsip syariah untuk mempertahankan pelanggan.	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	<i>Y. sumarni</i>
13	Senin, 14 April 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	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.	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	<i>Y. sumarni</i>
14	Senin, 21 April 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	Pemasaran Syariah dalam Berbagai Sektor	1. Menjelaskan Konsep Produk Baru 2.	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	

							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 memperpanjang siklus hidup produknya 6. Menjelaskan manfaat branding produk			
15	Senin, 28 April 2025	07:30	09:50	Y.15	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	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	<i>Y. sumarni</i>
16	Senin, 5 Mei 2025	07:30	09:50	Y.15	Selesai	Ujian Akhir Semester	Ujian Akhir Semester	(22 / 22)	YENTI SUMARNI	<i>Y. sumarni</i>

Bengkulu, 30 Juni 2025
Ketua Prodi Perbankan Syariah

Y. sumarni

KATRA PRAMADEKA
NIDN 2025078803