




**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)**  
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

Alamat: Jalan Pahlawan No. 52 Rowolaku Kajen Pekalongan, [www.febi.uingusdur.ac.id](http://www.febi.uingusdur.ac.id)

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Rumpun Mata Kuliah	Bobot SKS		Semester	Tanggal Penyusunan
Manajemen Pemasaran Syariah	Kode : EKS223	Manajemen	Teori 2 SKS	Praktik 1 SKS	6	31 Januari 2024
<b>Pengesahan</b>	<b>Dosen Pengampu</b>		<b>Koordinator Rumpun Mata Kuliah</b>		<b>Ketua Program Studi</b>	
	 Muhamad Masrur, S.H.I, M. E.I NIP 198607272019031006		 Dr. H. Tamamudin, M.M NIP 197910302006041018		 M. Aris Safi'i, M.E.I. NIP 198510122015031004	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>Capaian Pembelajaran Program Studi:</b>					
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius (S.U.1)</li> <li>2. Menginternalisasi nilai, norma dan etika akademik (S.U.8)</li> <li>3. Menjunjung tinggi nilai-nilai etika akademik, yang meliputi kejujuran dan kebebasan akademik dan otonomi akademik (S.U.11);</li> <li>4. Mengintegrasikan etika Islami dalam aktivitas ekonomi dan bisnis (S.K.2);</li> <li>5. Memiliki kemampuan dalam berfikir kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis serta memiliki keingintahuan intelektual untuk memecahkan masalah pada tingkat individual dan kelompok dalam komunitas akademik dan non akademik (P.U.4);</li> <li>6. Menguasai konsep-konsep utama di bidang ekonomi Islam perspektif teoritis, temuan empiris, dan tren historis (P.K.1);</li> <li>7. Mampu mengambil keputusan secara tepat, dalam konteks penjelasan masalah dibidang keahliannya berdasarkan hasil analisis informasi dan data (K.U.5);</li> <li>8. Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya (K.U.7);</li> </ol>					

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

	9. Mampu membuat desain model bisnis Islam untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat (K.K.5);
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah:</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memahami konsep-konsep dan prinsip-prinsip pemasaran syariah dengan baik.</li> <li>2. Mampu melakukan analisis, mengembangkan dan mengelola kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan informasi pemasaran yang ada untuk pengembangan pemasaran barang dan jasa sesuai dengan aturan syariah.</li> <li>3. Mampu melakukan identifikasi dan memecahkan permasalahan di bidang penjualan dan pemasaran, serta dapat menggunakan strategi pemasaran yang tepat dan berkeunggulan bersaing dalam pemasaran regional maupun global sesuai dengan aturan syariah.</li> </ol>
<b>Deskripsi Mata Kuliah</b>	Manajemen pemasaran syariah merupakan mata kuliah pemasaran yang diintegrasikan dengan etika dan norma-norma yang sesuai dengan syariah islam dimana diharapkan mahasiswa memahami proses manajemen pemasaran, dan mampu merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan pemasaran pada suatu perusahaan dengan harapan mahasiswa memperoleh kemampuan manajerial. Pemahaman berikutnya terkait dengan bagaimana merancang strategi dan kebijakan pemasaran yang berorientasi pada konsumen dan sesuai dengan tuntunan syariah islam. Tak kalah penting, mahasiswa diharapkan mampu mengkombinasikan ilmu dan praktik pemasaran dengan penggunaan perangkat teknologi yang familiar di era milenial.
<b>Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kuliah Perdana (Kontrak Pembelajaran dan Penjelasan RPS)</li> <li>2. Konsep Manajemen Pemasaran Syariah</li> <li>3. Konsep Maqasid Syariah dalam Perdagangan dan Pemasaran</li> <li>4. Dinamika Umat Islam Sebagai Potensi Inklusifitas Pemasaran Syariah</li> <li>5. Karakteristik dan Kunci Sukses Pemasaran Syariah</li> <li>6. Sifat Dasar Marketer dalam Islam</li> <li>7. Transaksi Yang Dilarang dalam Pemasaran Syariah</li> <li>8. UTS</li> <li>9. Pengembangan Strategi dan Rencana Pemasaran Syariah</li> <li>10. Ekuitas dan Positioning Merek dalam Pemasaran Syariah</li> <li>11. Identifikasi Segmen dan Target Pasar dalam Pemasaran Syariah</li> <li>12. Strategi Produk dalam Pemasaran Syariah</li> <li>13. Strategi Penetapan Harga dalam Pemasaran Syariah</li> <li>14. Strategi Distribusi dalam Pemasaran Syariah</li> <li>15. Strategi Promosi dalam Pemasaran Syariah</li> <li>16. UAS</li> </ol>
<b>Media Pembelajaran</b>	Modul, Whiteboard, Laptop, dan LCD
<b>Referensi</b>	<b>Wajib</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aji, Hendi Mustiko. 2019. Manajemen Pemasaran Syariah. Yogyakarta :UUP STIM YKPN.</li> <li>2. Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni. 2019. Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam. Yogyakarta: Budi Utama</li> </ol>

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani. 2019. Pemasaran Syariah Teori, Filososfi &amp; Isu-isu Kontemporer. Depok: Raja Grafindo Persada.</li> <li>4. Veithzal Rivai Zainal, dkk. 2017. Islamic Marketing Manajement. Jakarta: Burni Aksara.</li> <li>5. Bayanullah, Ikhsan. 2013. Marketing Syariah. Yogyakarta: Budi Utama.</li> <li>6. Nurul Huda, dkk. 2017. Pemasaran Syariah Teori &amp; Aplikasi. Depok: Prenadamedia Grup.</li> </ol> <p><b>Tambahan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gitosudarmo, Indriyo. 2008. <i>Manajemen Pemasaran</i>. Yogyakarta: Penerbit BPFE Yogyakarta</li> <li>2. Hasan Ali,. 2014. <i>Marketing dan Kasus-kasus Pilihan</i>, Yogyakarta: CAPS.</li> <li>3. Irawan dkk. 2001. <i>Pemasaran Prinsip dan Kasus</i>, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta</li> <li>4. Kotler, Philip and K.L Keller. 2009. <i>Manajemen Pemasaran</i>. Jakarta: Erlangga.</li> <li>5. Laksana Fajar. 2008. <i>Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktik</i>, Yogyakarta: Graha Ilmu</li> <li>6. Peter, I. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. <i>Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran</i>, Jakarta: Salemba Empat</li> <li>7. Saputra, Gunawan Adi. 2012. <i>Kasus Pemasaran</i>, Yogyakarta: UPP STIM YKPN</li> <li>8. Shinta, Agustina. 2013. <i>Manajemen Pemasaran</i>, Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press)</li> <li>9. Suharno dan Yudi Sutasso. 2010. <i>Marketing in Practice</i>, Yogyakarta: Graha Ilmu</li> </ol>
--	--

<b>Instumen Penilaian</b>	Proses penilaian pada mata kuliah ini dibedakan dalam beberapa komponen, di antaranya adalah sebagai berikut : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kehadiran 10%</li> <li>2. Tugas dan Partisipasi Kelas 25%</li> <li>3. UTS 30%</li> <li>4. UAS 35%</li> </ol>
---------------------------	---

<b>Mata Kuliah Prasyarat</b>	.....
------------------------------	-------

(1) MINGGU KE /Pertemuan Ke:	(2) KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	(3) BAHAN KAJIAN (Materi Ajar)	(4) METODE PEMBELAJARAN	(5) PENGALAMAN BELAJAR	(6) KRITERIA (INDIKATOR) PENILAIAN	(7) BOBOT NILAI	(8) WAKTU
1	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan arah tujuan perkuliahan serta menyetujui kontrak perkuliahan.	Kontrak Perkuliahan : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perkenalan</li> <li>2. Penjelasan aturan perkuliahan</li> <li>3. Penjelasan RPS</li> <li>4. Pembagian Kelompok dan Penentuan tugas</li> </ol>	Small Group Discussion	Mendiskusikan serta memberikan pendapat mengenai kontrak belajar serta rencana pembelajaran semester	Mahasiswa melaksanakan aturan perkuliahan dan mengidentifikasi rencana pembelajaran	5 %	3 x 50 Menit

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
 “Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa”  
**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**  
 “Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa”

		yang akan diberikan			semester perkuliahan		
2	Mahasiswa mampu memahami mengenai : 1. Pengertian manajemen 2. Pengertian manajemen pemasaran 3. Pengertian pemasaran syariah 4. Tujuan pemasaran dalam Islam 5. Perbedaan mendasar pemasaran konvensional dan pemasaran syariah 6. Mengubah pasar dari rasional ke emosional dan spiritual	Konsep Manajemen Pemasaran Syariah	- Collaborative Learning - Self Discovey Learning - Case Study	- Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok  - Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.	<b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi, kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide, kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan.  <b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok dan tugas individu	7 %	3 x 50 Menit
3	Mahasiswa mampu memahami mengenai : 1. Rasionalitas <i>maqashid syariah</i>	Konsep Maqasid Syariah dalam Perdagangan dan Pemasaran	- Collaborative Learning	- Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus	<b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi, kekomprehensif	8 %	3 x 50 Menit

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Definisi <i>maqashid syariah</i></li> <li>3. Klasifikasi <i>maqashid syariah</i></li> <li>4. Perdagangan dalam islam</li> <li>5. Tujuan muamalah dalam pemasaran Islam</li> <li>6. Pentingnya <i>maqashid syariah</i> dalam praktik pemasaran</li> </ol>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Self Discovey Learning</li> <li>- Case Study</li> </ul>	<p>permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok</p> <p>- Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.</p>	<p>an materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide, kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan.</p> <p><b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok dan tugas individu</p>		
4	<p>Mahasiswa mampu memahami mengenai :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gambaran penduduk Muslim dunia</li> <li>2. Pertumbuhan penduduk Muslim dan konsekuensi ekonomi</li> <li>3. Populasi penduduk Muslim dan peta strategi pemasaran dunia</li> <li>4. Gambaran pangsa</li> </ol>	<p>Dinamika Umat Islam Sebagai Potensi Inklusifitas Pemasaran Syariah</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborative Learning</li> <li>- Self Discovey Learning</li> <li>- Case Study</li> </ul>	<p>- Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok</p>	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi, kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide, kemampuan</p>	7 %	3 x 50 Menit

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

	<p>pasar Muslim</p> <p>5. Gambaran potensi pasar di Indonesia</p> <p>6. Manajemen pemasaran Islam vs Islami vs Syariah vs Halal.</p> <p>7. Urgensi Manajemen Pemasaran Syariah</p>			<p>- Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.</p>	<p>mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan.</p> <p><b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok dan tugas individu</p>		
5	<p>Mahasiswa mampu memahami mengenai :</p> <p>1. Karakteristik pemasaran syariah</p> <p>2. Keunggulan pemasaran Syariah</p> <p>3. Islam dan skala prioritas dalam bisnis Empat sifat Rasulullah SAW sebagai modal penting dalam memenangkan persaingan di era modern</p>	<p>Karakteristik dan Kunci Sukses Pemasaran Syariah</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborative Learning</li> <li>- Self Discoverey Learning</li> <li>- Case Study</li> </ul>	<p>- Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok</p> <p>- Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari</p>	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi, kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide, kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan.</p>	8 %	3 x 50 Menit

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

				presentasi yang disampaikan.	<b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok dan tugas individu		
6	Mahasiswa mampu memahami mengenai : 1. Pola berfikir marketer muslim 2. Sifat yang harus dimiliki marketer muslim 3. Sifat marketer yang disukai Allah SWT menurut al-Qur'an 4. Perilaku yang dianjurkan dalam pemasaran syariah	Sifat Dasar Marketer dalam Islam	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborative Learning</li> <li>- Self Discovey Learning</li> <li>- Case Study</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok</li> <li>- Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi, kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide, kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan.  <b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok	7 %	3 x 50 Menit

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

					dan tugas individu		
7	Mahasiswa mampu memahami mengenai : 1. Pengertian bisnis yang dilarang 2. Penyebab terlarangnya sebuah transaksi 3. Perilaku dan motif transaksi yang dilarang	Transaksi Yang Dilarang dalam Pemasaran Syariah	- Collaborative Learning - Self Discovey Learning - Case Study	- Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok  - Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.	<b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi, kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide, kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan.  <b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok dan tugas individu	7 %	3 x 50 Menit
8	<b>UJIAN TENGAH SEMESTER</b>						
9	Mahasiswa mampu memahami mengenai :	Pengembangan Strategi dan Rencana	- Collaborative Learning	- Mahasiswa mampu	<b>Kriteria:</b> Ketepatan	7 %	3 x 50 Menit

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"



	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perencanaan perusahaan (penetapan visi dan misi, perencanaan strategi pemasaran, menetapkan strategi yang sesuai, mengembangkan strategi pemasaran)</li> <li>2. Strategi pemasaran kepada pelanggan non muslim</li> <li>3. Karakteristik produk</li> <li>4. Diferensiasi produk</li> <li>5. <i>Islamic branding</i></li> <li>6. Pengemasan, pelabelan, penjaminan, dan garansi</li> <li>7. <i>Power marketing</i></li> </ol>	Pemasaran Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Self Discovery Learning</li> <li>- Case Study</li> </ul>	<p>menyelesaikan kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok</p> <p>- Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.</p>	<p>analisis materi, kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide, kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan.</p> <p><b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok dan tugas individu</p>		
10	<p>Mahasiswa mampu memahami mengenai :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengertian dan Manfaat Ekuitas Merek</li> <li>2. Pembangunan Ekuitas Merek</li> <li>3. Membentuk dan Mengembangkan Strategi Positioning</li> </ol>	Ekuitas dan Positioning Merek dalam Pemasaran Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborative Learning</li> <li>- Self Discovery Learning</li> <li>- Case Study</li> </ul>	- Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi, kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian,</p>	7 %	3 x 50 Menit

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

	4. Strategi Positioning dalam Perspektif Pemasaran Syariah			- Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.	kreatifitas ide, kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan.  <b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok dan tugas individu		
11	Mahasiswa mampu memahami mengenai : 1. Konsep dan Strategi Segmen Pasar 2. Level dan Pola Segmen Pasar 3. Segmen Pasar Konsumen dan Segmen Pasar Bisnis 4. Strategi Segmen dan Targeting dalam Perspektif Pemasaran Syariah	Identifikasi Segmen dan Target Pasar dalam Pemasaran Syariah	- Collaborative Learning - Self Discovey Learning - Case Study	- Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok  - Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta	<b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi, kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide, kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan	7 %	3 x 50 Menit

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

				membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.	menjawab pertanyaan. <b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok dan tugas individu		
12	Mahasiswa mampu memahami mengenai : 1. Definisi Produk 2. Macam-macam produk 3. Strategi pemasaran produk 4. pengertian atribut, dan posisi produk 5. Memahami daur hidup produk dan pengembangan produk 6. Definisi Produk dalam pemasaran syariah 7. Aturan Syariah Tentang Produk	Strategi Produk dalam Pemasaran Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborative Learning</li> <li>- Self Discovey Learning</li> <li>- Case Study</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok</li> <li>- Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi, kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide, kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan. <b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi,	8 %	3 x 50 Menit

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

					tugas kelompok dan tugas individu		
13	<p>Mahasiswa mampu memahami mengenai :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definisi harga</li> <li>2. Tujuan penetapan harga</li> <li>3. Faktor yang mempengaruhi penetapan harga</li> <li>4. Metode penetapan harga</li> <li>5. Tahapan dalam Penetapan Harga</li> <li>6. Penetapan harga dalam Islam</li> <li>7. Praktik Penetapan Harga Terlarang</li> <li>8. Menanggapi Perubahan Harga</li> </ol>	Strategi Penetapan Harga dalam Pemasaran Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborative Learning</li> <li>- Self Discovey Learning</li> <li>- Case Study</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok</li> <li>- Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.</li> </ul>	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi, kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide, kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan.</p> <p><b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok dan tugas individu</p>	7 %	3 x 50 Menit
14	<p>Mahasiswa mampu memahami mengenai :</p>	Strategi Distribusi dalam Pemasaran Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborative Learning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mahasiswa mampu menyelesaikan</li> </ul>	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi,</p>	8 %	3 x 50 Menit

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definisi dan Peran Saluran Distribusi</li> <li>2. Saluran Distribusi Offline</li> <li>3. Saluran Distribusi Online</li> <li>4. Saluran Distribusi dalam Perspektif Syariah</li> <li>5. Konflik dan persaingan dalam saluran pemasaran</li> <li>6. Praktik pemasaran E-Commerce</li> </ol>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Self Discovey Learning</li> <li>- Case Study</li> </ul>	<p>kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok</p> <p>- Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.</p>	<p>kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide, kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan.</p> <p><b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok dan tugas individu</p>		
15	<p>Mahasiswa mampu memahami mengenai :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definisi dan Tujuan Promosi</li> <li>2. Bentuk-bentuk promosi</li> <li>3. Macam—macam media promosi</li> <li>4. Faktor-faktor yang menentukan bentuk promosi</li> </ol>	Strategi Promosi dalam Pemasaran Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collaborative Learning</li> <li>- Self Discovey Learning</li> <li>- Case Study</li> </ul>	- Mahasiswa mampu menyelesaikan kasus permasalahan yang diberikan oleh dosen dikelas melalui diskusi kelompok	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan analisis materi, kekomprehensifan materi, pengorganisasian materi, kerapian sajian, kreatifitas ide,</p>	7 %	3 x 50 Menit

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

	<p>5. Strategi promosi dengan melihat siklus hidup produk</p> <p>6. Model Hirarki Tanggapan</p> <p>7. Integrated Marketing Communication (IMC)</p> <p>8. Aturan Syariah Tentang Promosi Penjualan</p>			<p>- Mempresentasikan hasil diskusi dengan kritis, logis, kreatif, inovatif dan sistematis. Serta membuat kesimpulan dari presentasi yang disampaikan.</p>	<p>kemampuan mengkomunikasikan materi dan kemampuan menjawab pertanyaan.</p> <p><b>Penilaian:</b> Tugas presentasi hasil diskusi terkait materi, tugas kelompok dan tugas individu</p>		
16	<b>UJIAN AKHIR SEMESTER</b>						

**Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

"Terwujudnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"

**Visi Keilmuan Ekonomi Syariah**

"Menjadi program studi yang unggul dalam pengembangan ilmu ekonomi syariah untuk kemanusiaan berlandaskan budaya bangsa"