

		UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR				PERIODE			
		FAKULTAS		EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN		2018-2019			
		PROGRAM STUDI		PERBANKAN SYARIAH					
		RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER							
NAMA MATA KULIAH		KODE	Rumpun MK	Bobot (sks)	SEMESTER	TANGGAL REVISI	NO.DOKUMEN		
MANAJEMEN PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH		PSY 3340		3	VI				
PENGESAHAN			DOSEN	TANDA TANGAN	KPS	TANDA TANGAN			
			Muhammad Taufik, S.T., MM.		DR. Amiruddin K., MEI				
CAPAIAN PEMBELAJARAN		CP-Prodi	1. Mampu memahami teori/konsepsi/gagasan ilmiah, yang berkaitan dengan Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah 2. Mampu menganalisa konsep teori dalam ilmu Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah dan menganalisa pengembangannya. 3. Mampu menyusun argumen berdasarkan pandangan kritis atas fakta, konsep, prinsip, teori yang ilmiah dan beretika. 4. Mampu mengelola sumber daya dan mengembangkan MK Manajemen Pemasaran Perbankan berdasarkan nilai-nilai Islam. 5. Mampu mengembangkan kurikulum Mata Kuliah Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah.						
		CP-MK	1. Mampu menyelesaikan tugas-tugas mata kuliah secara mandiri dan kelompok 2. Mampu memahami konsep dan prinsip-prinsip dasar teori pemasaran bank syari'ah. 3. Mampu menganalisis isu-isu pemasaran pada bank syari'ah secara kontemporer. 4. Mengetahui berbagai penelitian empiris bidang pemasaran. 5. Dapat menentukan perencanaan strategi pemasaran, menganalisa peluang pemasaran, mengembangkan strategi pemasaran dan merencanakan program pemasaran bank syari'ah.						
DESKRIPSI MATA KULIAH		Mata kuliah manajemen pemasaran perbankan syari'ah membahas seperangkat dasar pemasaran, khususnya mengenai konstruksi pemasaran pada bank syariah. Pembahasan dalam mata kuliah ini adalah mempelajari berbagai konsep dan ruang lingkup manajemen pemasaran, menciptakan kepuasan nasabah atau pelanggan, perencanaan strategi bank syari'ah yang berorientasi pasar, menganalisa peluang-peluang pemasaran bank syari'ah, merencanakan program pemasaran, mengelola usaha pemasaran dan penerapan strategi pemasaran pada perbankan syari'ah.							
PRASYARAT									
TGL	Pertemuan Ke	Materi Pembelajaran	No. Kompetensi	PEMBELAJARAN		PENILAIAN			
				Strategi Pembelajaran/STiIES	Unit Tugas Mahasiswa	Indikator Penilaian	Bobot Penilaian (%)	Durasi (Menit)	Kode Referensi
	1	RPS matakuliah dan panduan pengusunan		Perkenalan diri dan Pemahaman Konsep Dasar Manajemen Pemasaran Perbankan Syariah	Menelaah silabus dan memberi masukan dalam rangka perbaikan desain pembelajaran	Memetakan arah pelaksanaan perkuliahan untuk membuat kesepakatan tentang model pembelajaran serta penilaian proses dan hasil belajar		3 x 50 Menit	RPS
	2	Memahami dan mengembangkan prinsip-prinsip manajemen dalam Al-Qur'an dan Hadits	1 dan 2	Diskusi Terbimbing	Reviewe Kritis	Mampu memahami: 1. Konsep manajemen dalam al-Qur'an, 2. Konsep manajemen dalam hadits, 3. Konsep manajemen perbankan syari'ah	3	3 x 50 Menit	3
	3	Konsep Dasar Manajemen Pemasaran	3	Diskusi Terbimbing	Reviewe Kritis	Mampu menjelaskan: 1. Pemasaran Dalam Organisasi dan Masyarakat, 2. Konsep Inti Pemasaran, 3. Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan, 4. Produk, Nilai, Biaya dan Kepuasan, 5. Pasar, Pemasaran dan Pemasar.	3	3 x 50 Menit	3 dan 8

	4	Gambaran Umum Perbankan Syariah di Indonesia	4	Diskusi Terbimbing	Review Kritis	Mampu memahami dan menjelaskan: 1. Pengertian Bank Syariah, 2. Peranan Bank Syariah Bagi Perekonomian, 3. Perkembangan Bank Syariah.	3	3 x 50 Menit	1,2,7 dan 12
	5	Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Mutu, Pelayanan dan Nilai	5	Diskusi Terbimbing	Review Kritis	Kemampuan dalam menjelaskan: 1. Nilai dan Kepuasan Pelanggan, 2. Rantai Nilai (Value Chain), 3. Sistem Penghantar Nilai, 4. Mempertahankan Pelanggan.	3	3 x 50 Menit	8
	6	Menganalisis Pasar dan Perilaku Konsumen/Nasabah	6	Diskusi Terbimbing	Review Kritis	Ketepatan dan kejelasan dalam pemaparan materi terkait tentang: 1. Model Perilaku Konsumen, 2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembeli, 3. Proses Keputusan Pembelian.	3	3 x 50 Menit	9 dan 10
	7	Menganalisis Industri dan Para Pesaing	7	Diskusi Terbimbing	Review Kritis	Kemampuan dalam hal: 1. Mengidentifikasi Pesaing, 2. Mengidentifikasi Strategi Pesaing, 3. Menentukan Tujuan Pesaing, 4. Memperkirakan Kekuatan dan Kelemahan Pesaing, 5. Memperkirakan Pola Reaksi Pesaing.	5	3 x 50 Menit	9 dan 10
	8	Ujian Tengah Semester	1,2,3,4,5,6,7	Tes Tertulis			15	90 Menit	
	9	Berpikir kreatif dan menerapkan manajemen pemasaran bank syariah	8	Diskusi Terbimbing	Review Kritis	Mengerti dan memahami 3 (tiga) hal utama sebelum berpikir kreatif dan menerapkan manajemen pemasaran bank syariah, yaitu: 1. Pengertian manajemen pemasaran bank syariah, 2. Lingkup manajemen pemasaran bank syariah, 3. Prinsip-prinsip manajemen pemasaran bank syariah.	5	3 x 50 Menit	1
	10	Mengidentifikasi Segmen Pasar dan Memilih Pasar Sasaran	9	Diskusi Terbimbing	Review Kritis	Partisipasi dan kemampuan dalam menguasai materi yang diberikan terkait dengan: 1. Segmentasi Pasar, 2. Mengembangkan Gambaran Segmen Pelanggan, 3. Penetapan Sasaran Pasar.	5	3 x 50 Menit	8

	11	Marketing Mix	10	Diskusi Terbimbing	Reviewe Kritis	Kemampuan memahami dan memaparkan tentang: 1. Marketing Mix Strategi Produk, 2. Marketing Mix Strategi Harga, 3. Marketing Mix Strategi Saluran Distribusi, 4. Marketing Mix Komunikasi Terintegrasi.	5	3 x 50 Menit	9
	12	Pengembangan Produk Bank Syari'ah	11	Diskusi Terbimbing	Reviewe Kritis	Kemampuan presentasi dan kejelasan terhadap materi yang diberikan, meliputi : 1. Konsep Dasar Operasional Bank Syari'ah, 2. Prinsip Dasar Operasional Bank Syari'ah, 3. Produk Operasional Bank Syari'ah, 4. Akad Produk Bank Syari'ah.	5	3 x 50 Menit	1,2,3,6,7 dan 12
	13	Sistem Operasional Internal Bank Syari'ah	12	Diskusi Terbimbing	Reviewe Kritis	Kemampuan presentasi dan kejelasan terhadap materi yang diberikan, meliputi : 1. Orgnanisasi dan Mekanisme Kerja Bank Syari'ah, 2. Pokok-Pokok Operasional Bank Syari'ah, 3. Kegiatan Operasional Bank Syari'ah.	5	3 x 50 Menit	1,2,3,4,5,6,7, dan 12
	14	Promosi dan Perencanaan Program Pemasaran Produk Bank Syari'ah	13	Diskusi Terbimbing	Reviewe Kritis	Kemampuan memaparkan Bagaimana Proses-proses dalam : 1. Mengelola Periklanan, 2. Promosi Penjualan, 3. Mengelola Armada Penjualan, 4. Mengelola Lini Produk, Merek dan Pengemasan, 5. Merancang Strategi dan Program Penetapan Harga.	5	3 x 50 Menit	6,8 dan 10
	15	Standar Pelayanan Bank Syari'ah	14	Diskusi Terbimbing	Reviewe Kritis	Kemampuan dalam memahami dan menjelaskan tentang : 1. Sistem Pelayanan Bank Syari'ah, 2. Standar Mutu Pelayanan Bank Syari'ah, 3. Tata Cara Melayani Nasabah, 4. Etika Perbankan Syari'ah.	5	3 x 50 Menit	6,8 dan 11
	16	Ujian Akhir Semester	8,9,10,11,12,13,14	Tes Tertulis			30	90 Menit	
REFERENSI			1. Adiwirman Aswar Karim, Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006. 2. Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Deskripsi dan Ilustrasi, Yogyakarta: Ekonisia, 2004. 3. Kasmir, Manajemen Perbankan, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004. 4. Kasmir, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004. 5. Lukman Denda Wijaya, Manajemen Perbankan, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005. 6. Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik, Jakarta: Gema Insani, 2001. 7. Muhammad, Manajemen Bank Syariah, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2011. 8. Philip Kotler, Marketing Management, New Jersey: Prentice Hall, 2003. 9. Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Salemba Empat, 1994. 10. Sentot Imam Wahjono, Manajemen Pemasaran Bank, Jakarta: Graha Ilmu, 2010. 11. Muhammad Syakir Sula, Marketing Syariah, Jakarta: Mizan, 2006. 12. Veithzal Rivai, dkk, Bank and Financial Institution Management: Conventional and Sharia System, Jakarta: Rajawali Pres, 2007.						

