

1. Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah	: Marketing Syariah
Kode Mata Kuliah	:
Jumlah SKS	: 2 SKS
Semester	6
Kelompok Mata Kuliah	: MKP (Mata Kuliah Pilihan) Program Studi
Prasyarat Mata Kuliah	: -
Dosen Pengampu/Kode	: 1. Dr. Budi Kolistiawan

2. Kompetensi (capaian pembelajaran)

Perkuliahan ini berkenaan dengan konsep dan praktik manajemen khususnya dalam hal pemasaran model konvensional dan juga konsep pemasaran yang terbaik yaitu pemasaran ala Islam.

3. Deskripsi isi/materi Mata Kuliah

Mata kuliah ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai konsep dan praktik pemasaran secara umum dan pada khususnya mengenai pemasaran yang diperkenalkan oleh Islam. Mata kuliah ini diharapkan untuk membekali para calon praktisi, pebisnis di sektor keuangan Islami dengan dasar-dasar manajemen pemasaran yang dapat diterapkan secara langsung di lembaga-lembaga keuangan syariah maupun bisnis syariah.

4. Pendekatan pembelajaran (secara umum)

Pendekatan :
Metode : ceramah, latihan, diskusi dan penugasan
Tugas : presentasi kelompok, analisis, membuat rangkuman, membuat *mind-map*.

5. Media atau alat bantu belajar

LCD Projector, Power Point, Video dan audio yang berkaitan dengan topik

6. Evaluasi hasil belajar mahasiswa

Dalam evaluasi ini hendaknya dicantumkan hal hal sebagai berikut :

- a. Syarat kehadiran minimal 80%
- b. Pembobotan penilaian didasarkan kepada :
 1. Keterlibatan dalam diskusi/Tanya jawab di kelas 5 %
 2. Tugas-tugas individual dan kelompok 20 %
 3. Ujian Tengah Semester 30%
 4. Ujian Akhir Semester 35%

- c. Kriteria Nilai Akhir berdasarkan kepada PEDOMAN PENYELENGGARAAN PENDIDIKAN UPI TAHUN 2014 Nomor: 4517/UN40/HK/2014:

Kategori Nilai			Tingkat Kemampuan (%)	Keterangan
Huruf	Angka	Derajat Mutu		
A	4,0	Istimewa	90-100	
A-	3,7	Hampir Istimewa	85-89	
B+	3,4	Baik Sekali	80-84	
B	3,0	Baik	75-79	
B-	2,7	Cukup Baik	70-74	
C+	2,4	Lebih dari Cukup	65-69	
C	2,0	Cukup	60-64	Batas minimum kelulusan jenjang S-2 dan S-3
D	1,0	Kurang	55-59	- Batas minimum kelulusan jenjang D-3 dan S-1. - Tidak diberlakukan untuk jenjang S-2 dan S-3.
E	<1,0	Gagal	Lebih kecil dari 55	Harus mengontrak ulang

7. Rincian isi/materi kuliah setiap pertemuan

PERTEMUAN ke	TOPIK PEMBAHASAN
1	Pendahuluan dan Konsep Pemasaran Secara Umum
2	Dasar-dasar Pemasaran Syariah
3	Pendekatan Pemasaran Syariah
4	Membangun Bisnis dengan Nilai-nilai syariah
5	<i>Sustainable Syariah Marketing</i>
6	Lanskap Bisnis <i>Syariah Marketing</i>
7	<i>Syariah Marketing Strategy and Tactic I</i>
8	<i>Syariah Marketing Strategy and Tactic II</i>
9	UTS
	<i>Syariah Marketing Value I</i>
11	<i>Syariah Marketing Value II</i>
12	Studi Kasus Pemasaran Produk/Jasa Bank Syariah
13	Studi Kasus Pemasaran Produk/Jasa Asuransi Syariah
14	Studi Kasus Pemasaran Pegadaian Syariah
15	Studi Kasus Pemasaran Produk/Jasa Syariah lainnya
16	UAS

8. Daftar Pustaka Utama

1. Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Cetakan I, 2006, Mizan Pustaka
2. Philip Kotler dan Gary Amstrong, 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi 9, Jilid 1 dan 2, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
3. Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid 1 dan 2, Penerbit Prehallindo, Jakarta
4. Yuswohadi, 2014. *Marketing to the Middle Class Muslim*, Gramedia.
5. Basu Swastha, 1996, *Azas-azas Marketing*, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta
6. Buku Perbankan Syariah

7. Buku Asuransi Ayariah
8. Buku Pegadaian Syariah