



PEMETAAN KOMPETENSI

VISI FAKULTAS EKONOMI SYARI'AH IAI DARULLUGHOH WADDA'WAH (DALWA)

Menjadi pusat kajian dan pengembangan ekonomi syari'ah yang unggul, mandiri, dan berwawasan global di wilayah Asia Tenggara pada tahun 2025.

MISI PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

1. Menyelenggarakan pendidikan yang bermutu sehingga menghasilkan sarjana yang mempunyai integritas tinggi, yaitu: jujur, terbuka mempunyai kepedulian sosial, memiliki kemampuan akademik /profesional yang baik, mampu dan siap berkompetisi.
2. Melaksanakan kegiatan penelitian ilmiah maupun terapan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan ilmu pengetahuan.
3. menyelenggarakan kegiatan pengabdian masyarakat yang berkualitas, yang memiliki dampak bagi pengembangan ilmu dan praktek di bidang ekonomi syari'ah serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.
4. Menjalin kerjasama secara berkesinambungan dengan institusi dalam negeri maupun luar negeri yang terkait dengan pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi.

TUJUAN PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

"Menghasilkan sarjana syari'ah di bidang ekonomi syariah".

1. Menghasilkan sarjana yang menguasai ilmu ekonomi syari'ah, baik secara teoritis maupun praktis dan memiliki karakter serta berjiwa kewirausahaan.
2. Menghasilkan tenaga ahli atau peneliti dalam bidang pengembangan teori, kebijakan, sistem, praktik ekonomi dan keuangan syari'ah.
3. Menghasilkan sumber daya manusia yang mampu mengembangkan ekonomi umat yang berbasis syari'ah di lembaga keuangan syari'ah dan bisnis syari'ah.

KOMPETENSI MATA KULIAH MANAJEMEN PEMASARAN

Sikap:

1. Bertakwa kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan mampu menunjukkan sikap religious ala ahlusunnah wa jama'ah.
2. Memiliki moral, etika, dan kepribadian yang baik dalam menyelesaikan tugasnya.
3. Mampu bekerjasama dan memiliki kepekaan sosial dan kepedulian yang tinggi terhadap masyarakat dan lingkungannya.

Keterampilan:

1. Mampu mengaplikasikan perkembangan sistem operasional segmentasi pasar sesuai dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan yang diarahkan untuk program pemasaran sesuai dengan kesempatan pasar yang dimiliki. Serta mampu menerapkan pemanfaatan ilmu pengetahuan, teknologi dalam menyelesaikan masalah. Sehingga bisa beradaptasi terhadap perubahan situasi yang terjadi.
2. Mampu melakukan dan menganalisis riset dasar melalui pendekatan kuantitatif maupun kualitatif (*analytical skill*) dalam bidang bisnis dan investasi Islami, serta segmentasi pasar termasuk rancangan penelitian analisis data, dan interpretasinya dalam kajian teoritis, temuan empiris, tren, dan historis pada perkembangan sistem operasional segmentasi pasar untuk menentukan pilihan, keputusan pembelian dan tempat pembelian terbaik diambil, Sebelum pembelian dilakukan oleh konsumen.
3. Memahami dan mengerti fungsi perencanaan sebagai suatu proses yang menyangkut upaya yang dilakukan melalui sumber daya penting dalam proses perilaku konsumen dan memahami perlunya pemasaran untuk mengetahui pengetahuan konsumen. agar dapat mengantisipasi kecenderungan dimasa yang akan datang serta mampu memilih strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target, tujuan bisnis dan investasi yang dilakukan.


Pengetahuan:

1. Menguasai konsep yang mendasar mampu mengembangkan dan melaksanakan ataupun mengaplikasikan kemampuan bisnis dan investasi diberbagai praktek : *market driver* (pemasaran yang digerakkan oleh pasar), melalui konsep : komunikasi, psikologi dan *marketing* yang menjadi bagian dari perilaku konsumen.
2. Mampu menganalisis tentang regulasi atau kebijakan pemerintah dalam sistem operasional *market driver*, dan pasar sasaran (*target market*) serta diikuti kemampuan menerapkan strategi analisa SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dalam memahami pola perilaku konsumen.
3. Memahami dan mengerti fungsi pengorganisasian suatu proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan yang didesain dalam sebuah stuktur organisasi perusahaan yang tepat dan tangguh, sistem lingkungan perusahaan yang kondusif dan dapat memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi perusahaan dapat bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan dalam kegiatan bisnis dan investasi.
4. Mampu mengelaborasi, konsep operasional analisis kritis terhadap kasus-kasus dalam komunikasi pemasaran dengan menggunakan model-model dan teori yang diterapkan dalam pengambilan keputusan konsumen sehingga dapat digunakan dalam mendiagnosa perilaku konsumen.

Manajerial:

1. Mampu mengambil dan memilih keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data dari berbagai alternatif solusi secara mandiri atau kelompok di bidang pemasaran.
2. Mampu mengetahui apa yang akan dipelajari dalam perilaku konsumen dan akhirnya dapat mengenal dengan benar siapa sebenarnya konsumen.
3. Mampu mengevaluasi keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target bisnis dan investasi sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan, mengambil langkah klarifikasi dan koreksi atas penyimpangan yang mungkin ditemukan serta dapat melakukan berbagai alternatif solusi atas berbagai masalah yang terkait dengan pencapaian tujuan dan target bisnis dan investasi yang dilakukan.
4. Mampu mengidentifikasi kompleksitas kebudayaan dan pengaruhnya terhadap *brand*, program komunikasi dan ideologi konsumen serta pengaruh rumah tangga terhadap perilaku konsumen.
5. Mampu menilai dan menganalisis untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan mampu mencapai tujuannya secara ekonomis yaitu diukur berdasarkan profit, serta untuk merencanakan dari mana pembiayaan bisnis yang diperoleh, dan dengan cara bagaimana modal yang telah diperoleh dialokasikan secara tepat dalam kegiatan bisnis dan investasi yang dilakukan.
6. Mampu merencanakan dan mengkaji tentang permasalahan ekonomi yang timbul melalui pendekatan konsep dan prinsip-prinsip teori komunikasi Islami sebagai alternatif untuk memecahkan permasalahan ekonomi secara global serta untuk mencapai kebahagiaan spiritual karena aktivitas ekonominya yang bernilai sebagai ibadah.



		<div>INSTITUT AGAMA ISLAM DARULLUGHAH WADDA'WAH</div> <div>BANGIL - PASURUAN</div> <div>FAKULTAS SYARI'AH</div> <div>PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH</div>				
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
Mata Kuliah		Kode	Rumpun MK	Bobot (SKS)	Semester	Tanggal Penyusunan
Manajemen Pemasaran		14.1.1.2.034	(MKB) Mata Kuliah Keahlian Berkarya	2	V (Lima)	10 November 2022
Otoritas	Dosen Pengembang RPS		Koordinator Rumpun MK		Ketua Program Studi	
	LAILATUL AZIZAH, S.E, M.E				AHMAD MISBAH, M.Pd.I	
Capaian Pembelajaran (CP)	CP Program Studi:					
	Sikap	A-1	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religious.			
		A-6	Bekerjasama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.			
		A-9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri			
		A-11	Menjunjung tinggi dan menginternalisasi nilai-nilai etika keIslaman dalam kehidupan di masyarakat dan negara.			
		A-12	Mampu beradaptasi, bekerjasama, berkreasi, berkontribusi dan berinovasi dalam menerapkan ilmu pengetahuan pada kehidupan bermasyarakat serta memiliki wawasan global dalam perannya sebagai warga dunia.			
		A-14	Menampilkan diri sebagai pribadi yang stabil, dewasa, arif, dan berwibawa serta berkemampuan adaptasi (<i>adaptability</i>), fleksibilitas (<i>flexibility</i>), pengendalian diri (<i>self direction</i>) secara baik dan penuh inisiatif di tempat tugas.			
		A-16	Menunjukkan etos kerja, rasa bangga, percaya diri, dan menghargai bidang tugas menjadi praktisi perbankan syari'ah.			
		A-17	Menampilkan diri sebagai pribadi yang stabil, dewasa, arif, dan berwibawa serta berkemampuan adaptasi (<i>adaptability</i>), fleksibilitas (<i>flexibility</i>), pengendalian diri (<i>self direction</i>) secara baik dan penuh inisiatif atas pekerjaan di bidang ekonomi syari'ah di tempat tugas atas pekerjaan dibidang ekonomi syari'ah ditempat tugasnya			



	Pengetahuan	B-2	Menguasai pengetahuan dan langkah-langkah dalam menyampaikan gagasan ilmiah secara lisan dan tertulis dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam perkembangan dunia akademik dan dunia kerja
		B-3	Menguasai pengetahuan dan langkah-langkah dalam berkomunikasi baik lisan maupun tulisan dengan menggunakan bahasa Arab dan Inggris dalam perkembangan dunia akademik dan dunia kerja.
	Pengetahuan	B-4	Menguasai pengetahuan dan langkah-langkah dalam mengembangkan pemikiran kritis, logis, kreatif inovatif dan sistematis serta memiliki keingintahuan intelektual untuk memecahkan masalah pada tingkat individual dan kelompok dalam komunitas akademik dan non akademik.
		B-5	Menguasai pengetahuan dasar keIslaman sebagai agama <i>rahmatan lil'alamin</i> .
		B-6	Menguasai pengetahuan dan langkah-langkah integrasi keilmuan (agama dan sains) sebagai paradigma keilmuan.
		B-7	Menguasai langkah-langkah mengidentifikasi ragam upaya wirausaha yang bercirikan inovasi, dan kemandirian yang berlandaskan etika islam, keilmuan, profesional, lokal, nasional dan global.
		B-8	Menguasai dasar-dasar ilmu ekonomi syari'ah hukum ekonomi syari'ah, dan manajemen perbankan syari'ah atau lembaga keuangan syari'ah.
		B-10	Menguasai konsep teori dan kerangka analisis kebijakan fiskal dan moneter berbasis ekonomi syari'ah dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif.
		B-12	Menguasai hukum bisnis dan hukum Islam yang terkait dengan ekonomi syari'ah dan praktek lembaga keuangan syari'ah
		B-14	Menguasai konsep dan teori kebijakan fiskal dan moneter dalam lingkup nasional dan internasional.
	Keterampilan	C-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya.
		C-2	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.
		C-3	Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara, dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik.
		C-5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya berdasarkan hasil analisis informasi dan data.
		C-10	Menunjukkan kemampuan literasi informasi, media dan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk pengembangan keilmuan dan kemampuan kerja.
		C-11	Mampu berkomunikasi baik lisan maupun tulisan dengan menggunakan bahasa Arab dan Inggris dalam perkembangan dunia akademik dan dunia kerja.



		C-12	Mampu berkolaborasi dalam tim, menunjukkan kemampuan kreatif (<i>creativity skill</i>), inovatif (<i>innovation</i>), berpikir kritis (<i>critical thinking</i>), dan pemecahan masalah (<i>problem solving skill</i>) dalam pengembangan keilmuan dan pelaksanaan tugas di dunia kerja.
	Manajerial	D-1	Mampu menganalisis dan memecahkan permasalahan ekonomi dan keuangan syari'ah dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif (<i>analytical skill</i>)
	Manajerial	D-2	Mampu menyajikan informasi untuk pengambilan keputusan manajemen dan analisis perkembangan ekonomi berdasarkan paradigma ekonomi syari'ah.
		D-3	Mampu menerapkan aspek fikih muamalah dan hukum positif ekonomi syari'ah terkait dengan perkembangan ekonomi mikro dan makro.
		D-4	Mampu menilai kelayakan pembiayaan usaha berdasarkan kriteria dan prosedur dalam ekonomi syari'ah.
		D-5	Mampu melakukan riset dasar baik kuantitatif maupun kualitatif dalam bidang ekonomi syari'ah, menyusun rancangan penelitian, analisis data dan interpretasinya.
		D-6	Mampu melakukan perancangan usaha dan analisis pengelolaan usaha ekonomi berdasarkan manajemen risiko (<i>risk management</i>) dalam perkembangan ekonomi syari'ah.
		D-7	Mampu membuat analisa keputusan strategis dalam investasi dan pembiayaan berdasarkan ekonomi syari'ah.
		D-10	Mampu menyelesaikan permasalahan dan pengambilan keputusan yang terkait dengan pengembangan ekonomi syari'ah.
	CP Mata Kuliah:		
	Sikap	1.	Bertakwa kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala dan menunjukkan sikap religious ala ahlusunnah wal jama'ah.
		2.	Menunjukkan sikap integritas atas pekerjaan di bidang praktisi perbankan syari'ah.
		3.	Mampu berkontribusi dan berinovasi dalam menerapkan ilmu pengetahuan pada kehidupan bermasyarakat serta memiliki wawasan global.
		4.	Mampu menginternalisasi nilai-nilai etika keIslaman dalam kehidupan di masyarakat dan negara.
		5.	Menunjukkan sikap etos kerja, rasa bangga, percaya diri, arif, dan berwibawa serta mampu beradaptasi dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.
	Pengetahuan	6.	Menguasai teori, konsep, dan prinsip dasar-dasar ekonomi syari'ah dan sistem operasional <i>market driver</i> , dan pasar sasaran (<i>target market</i>).
		7.	Menguasai konsep yang mendasar mampu mengembangkan dan melaksanakan ataupun mengaplikasikan kemampuan bisnis dan investasi diberbagai praktek : <i>market driver</i> (pemasaran yang digerakkan oleh pasar) serta memiliki kemampuan menerapkan strategi analisa SWOT (<i>strenghths, weaknesses, oportunities, threats</i>) dalam memahami pola perilaku konsumen.
		8.	Memahami dan mengerti fungsi pengorganisasian suatu proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan yang di desain dalam sebuah stuktur organisasi perusahaan yang tepat dan tangguh, sistem lingkungan perusahaan yang kondusif dan dapat memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi perusahaan dapat bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan dalam kegiatan bisnis dan



		investasi. melalui konsep : komunikasi, psikologi, dan <i>marketing</i> yang menjadi bagian dari perilaku konsumen.
		9. Mampu mengelaborasi , konsep operasional analisis kritis terhadap kasus-kasus dalam komunikasi pemasaran dengan menggunakan model-model dan teori yang diterapkan dalam pengambilan keputusan konsumen sehingga dapat digunakan dalam mendiagnosa perilaku konsumen.
	Keterampilan	10. Mampu mengaplikasikan pemanfaatan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai dengan keahlian dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik dalam menyelesaikan masalah perkembangan sistem operasional segmentasi pasar sesuai dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan yang diarahkan untuk program pemasaran sesuai dengan kesempatan pasar yang dimiliki serta mampu beradaptasi terhadap perubahan situasi yang terjadi.
		11. Mampu melakukan dan menganalisis riset dasar melalui pendekatan kuantitatif maupun kualitatif (<i>analytical skill</i>) dalam bidang bisnis dan investasi Islami, serta segmentasi pasar termasuk rancangan penelitian, analisis data, dan interpretasinya dalam kajian teoritis, temuan, empiris, tren, dan historis pada perkembangan sistem operasional <i>market driver</i> , untuk menentukan pilihan, keputusan pembelian dan tempat pembelian diambil, sebelum pembelian dilakukan oleh konsumen.
		12. Mampu berkolaborasi dalam tim, menunjukkan kemampuan kreatif (<i>creativity skill</i>), inovatif (<i>innovation</i>), berpikir kritis (<i>critical thinking</i>), dan pemecahan masalah (<i>problem solving skill</i>) dalam pengembangan keilmuan dan pelaksanaan tugas di dunia kerja. Serta mampu memahami fungsi perencanaan sebagai suatu proses yang menyangkut upaya yang dilakukan melalui sumber daya penting dalam proses perilaku konsumen dan memahami perlunya pemasaran untuk mengetahui pengetahuan konsumen agar dapat mengantisipasi kecenderungan dimasa yang akan datang serta mampu memilih strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target, tujuan, bisnis dan investasi yang dilakukan.
	Manajerial	13. Mampu mengevaluasi keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target bisnis dan investasi, serta segmentasi pasar sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan, mengambil langkah klarifikasi dan koreksi atas penyimpangan yang mungkin ditemukan serta dapat melakukan berbagai alternatif solusi atas berbagai masalah yang terkait dengan pencapaian tujuan dan target bisnis dan investasi yang dilakukan.
		14. Mampu merencanakan dan mendesain suatu strategi penerapan sistem operasional <i>market driver</i> , melalui analisa SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Ancaman, dan Peluang), Serta mampu mengidentifikasi kompleksitas kebudayaan dan pengaruhnya terhadap <i>brand</i> , program komunikasi, dan ideologi konsumen serta pengaruh rumah tangga terhadap perilaku konsumen. dari berbagai alternatif solusi secara mandiri atau kelompok melalui pemanfaatan ilmu pengetahuan, teknologi, dalam menyelesaikan masalah.
		15. Mampu menilai dan menganalisis untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan mampu mencapai tujuannya secara ekonomis yaitu diukur berdasarkan profit, serta untuk merencanakan dari mana pembiayaan bisnis yang diperoleh, dan dengan cara bagaimana modal yang telah diperoleh dialokasikan secara tepat dalam kegiatan



		bisnis dan investasi yang dilakukan.
		16. Mampu merencanakan dan membuat perancangan usaha dan analisis pengelolaan usaha ekonomi berdasarkan manajemen risiko (<i>risk management</i>) dan pola perilaku konsumen dalam perkembangan ekonomi syari'ah terutama segmentasi pasar.
		17. Mampu merencanakan dan mendesain serta mengkaji tentang permasalahan ekonomi yang timbul melalui pendekatan konsep dan prinsip-prinsip teori komunikasi Islami sebagai alternatif untuk memecahkan permasalahan ekonomi secara global serta untuk mencapai kebahagiaan spiritual karena aktivitas ekonominya yang bernilai sebagai ibadah.
Deskripsi Singkat Mata Kuliah	<p>Mata kuliah ini memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai tentang konsep pemasaran. Hal ini diperlukan untuk mengetahui gambaran tentang landasan-landasan pada manajemen pemasaran secara konvensional dan Islam, Landasan-landasan tersebut berpegang atas prinsip utama dalam syari'ah sebab tauhid adalah kunci keimanan dari seseorang. Dalam Ekonomi Islam, setiap tindakan ekonomi pada manusia akan didasari oleh prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam. Oleh karena setiap tindakan yang menyimpang dari syariat Islam akan dilarang, karena bisa menyebabkan <i>kemudharatan</i> bagi umat manusia. Sasaran pembelajaran ini adalah mahasiswa mampu memahami dan menerapkan tentang : kerangka pemikiran filosofi dasar perilaku konsumen yang harus ditempatkan dalam konteks paradigma pemasaran yang kini berlaku, yaitu paradigma pemasaran yang digerakkan pasar (<i>market driver</i>), lingkungan kognitif kompetitif yang dapat dipilah kedalam lima kekuatan kompetitif dalam industri. Perilaku konsumen dimaknai sebagai proses yang dilalui seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Materi yang akan diberikan : Filosofi Dasar Teori Perilaku Konsumen Secara Konvensional dan Islam, Segmentasi Pasar dan Analisis Demografi, Proses Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen, Evaluasi Alternatif Sebelum Pembelian, Teori Permintaan Islami, Sumber Daya Konsumen dan Pengetahuan, Pemikiran Mutakhir Mengenai Berita <i>Publik</i>, Kepribadian, Nilai, Sikap, Perilaku serta Gaya Hidup, Pengaruh Kebudayaan Terhadap Pembelian Dan Konsumen, Pengaruh Kelas Sosial Dan Status, Pengaruh Individu, Keluarga Serta Rumah Tangga, Pengaruh Situasi, Konsep Kebutuhan Dalam Islam, Serta Teori Konsumsi Islami. Sehingga dapat menganalisa apa yang menjadi Kekuatan (<i>Strength</i>), Kelemahan (<i>Weakness</i>), Kesempatan (<i>Opportunity</i>), serta Ancaman (<i>Treat</i>), yang secara simultan mengarah pada proses Perencanaan (<i>Planing</i>), Pengorganisasian (<i>Organizing</i>), Pengarahan (<i>Actuating</i>), serta Pengendalian (<i>Controlling</i>), Dalam pengembangan usaha bisnis dan investasi yang dilakukan serta dapat mengestimasi pola perilaku konsumen.</p>	
Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none">1. Filosofi Dasar Teori Perilaku Konsumen Konvensional dan Islam2. Segmentasi Pasar dan Analisis Demografi3. Proses Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen4. Evaluasi Alternatif Sebelum Pembelian5. Teori Permintaan Islami6. Sumber Daya Konsumen Dan Pengetahuan7. Pemikiran Mutakhir Mengenai Berita Publik8. Kepribadian, Nilai, Sikap, Perilaku serta Gaya Hidup	



	9. Pengaruh Kebudayaan Terhadap Pembelian dan Konsumen 10. Pengaruh Kelas Sosial Dan Status 11. Pengaruh Individu, Keluarga Serta Rumah Tangga 12. Pengaruh Situasi 13. Konsep Kebutuhan Dalam Islam 14. Teori Konsumsi Islami						
Referensi	Utama:						
	1. Lailatul Azizah, 2019, <i>Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah</i> , Kebumen- Jawa Tengah ; Lentera. 2. Philip Kotler & Gary Armstrong, 2008, <i>Prinsip-prinsip Pemasaran</i> , Erlangga : Jakarta. 3. J.Paul Peter & Jerry C. Olson, 2016, <i>Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran</i> , Salemba Empat: Jakarta. 4. Nugroho J Setiadi, 2015, <i>Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen</i> , Prenada Media Group : Jakarta. 5. Ujang Suwarman, 2011, <i>Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran</i> , Ghalia Indonesia: Jakarta						
	Pendukung:						
	1. Thamrin Abdullah & Francis Tantri, 2016, <i>Manajemen Pemasaran</i> , Rajawali Press : Jakarta. 2. Sumarwan V, 2004, <i>Perilaku Konsumen</i> , Ghalia Indonesia : Jakarta. 3. Mangkunegara A. D, 2002, <i>Perilaku Konsumen, Edisi Revisi</i> , Aditama : Jakarta. 4. Peter & Olson, <i>Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran</i> : D .Sihombing (<i>Penterjemah Consumen Behavior</i>), Aksara Pratama : Jakarta.						
Media Pembelajaran		Perangkat Lunak (<i>software</i>)		Perangkat Keras (<i>hardware</i>)			
		PPT		Laptop, LCD, Papan tulis			
Team Teaching		-					
Prasyarat MK		-					
Pekan Ke	Sub-CPMK (kemampuan akhir yang diharapkan)	Indikator	Materi Pembelajaran dan Ayat/Hadits terkait Nilai Pengembangan CPL	Metode Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Kriteria & Bentuk Penilaian	Bobot Penilaian (%)
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Mahasiswa memahami Filosofi Dasar Pengantar Teori Konsumsi dan	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan serta mampu menilai dan	<ul style="list-style-type: none">• Sikap• Keterampilan• Pengetahuan• Teori Konsumsi Secara	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi bersikap arif, terampil, mengetahui, mampu memanajerial	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	a. Ujian tengah semester, materi yang



	Teori Perilaku Konsumen Secara Konvensional dan Islam	membandingkan Filosofi Dasar Pengantar Teori Konsumsi dan Teori Perilaku Konsumen Secara Konvensional dan Islam	Konvensional dan Islam a. Tujuan b. Fungsi c. Macam • Teori Perilaku Konsumen Secara Konvensional dan Islam		dalam menilai dan membandingkan Filosofi Dasar Pengantar Teori Konsumsi dan Teori Perilaku Konsumen Secara Konvensional dan Islam		akan diujikan meliputi materi perkuliahan pada pertemuan pertama sampai
2.	Mahasiswa memahami tentang Segmentasi Pasar dan Analisis Demografi	Mahasiswa dapat menjelaskan , menyebutkan mengklasifikasikan serta mampu menyimpulkan Pentingnya Segmentasi Pasar dan Analisis Demografi	<ul style="list-style-type: none"> 1. Segmentasi Pasar <ol style="list-style-type: none"> Segmentasi dan Kepuasan Konsumen Segmentasi dan Profitabilitas Penggunaan Segmentasi dalam Pemasaran 2. Rencana Perubahan <ol style="list-style-type: none"> Analisis Konsumen dan Kebijakan Sosial Perubahan Struktur Pasar Konsumen 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan pentingnya mempelajari Pentingnya Segmentasi Pasar dan Analisis Demografi	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	pertemuan ketujuh. (bobot 30%) b. Ujian akhir semester, materi yang akan diujikan meliputi materi perkuliahan pada pertemuan ke delapan sampai pertemuan
3.	Mahasiswa memahami tentang Teori dan Konsep Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar Teori dan Konsep Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> Model Pengambilan Keputusan Tipe-tipe Proses Pengambilan Keputusan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemecahan Masalah Pembelian Diagnosa Perilaku Konsumen 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar Teori dan Konsep Proses Pengambilan Keputusan oleh Konsumen	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	ke empat belas (bobot 30%) c. <i>Performance</i> adalah aspek penilaian yang meliputi performan



4.	Mahasiswa memahami tentang Evaluasi Alternatif Sebelum Pembelian	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Evaluasi Alternatif Sebelum Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Kreteria Evaluasi • Menentukan Alternatif Pilihan • Menaksir Alternatif Pilihan • Menyeleksi Aturan Pengambilan Keputusan • Proses Keputusan Membeli • Memilih Alternatif Terbaik • Memilih Sumber-sumber Pembelian 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Evaluasi Alternatif Sebelum Pembelian	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	pada proses diskusi kelas dan personiliteri (bobot 20% d. Resitasi tugas (bobot 20%))
5.	Mahasiswa memahami tentang Teori Permintaan Islami	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Alur Teori Permintaan Islami	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian, Hukum, dan Teori Permintaan Islami • Perbedaan Teori Permintaan Konvensional dan Teori Permintaan Islam • Konsep Permintaan dalam Islam • Konsumsi Inter-Temporal Konvensional • Konsumsi Inter-Temporal dalam Islam 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Alur Teori Permintaan Islami	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	
6.	Mahasiswa memahami tentang Sumber Daya Konsumen dan Pengetahuan	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Sumber Daya Konsumen dan Pengetahuan	<ul style="list-style-type: none"> • Sumber Daya Ekonomi • Sumber Daya Sementara • Sumber Daya Kognitif • Kandungan Pengetahuan 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Sumber Daya Konsumen dan	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	



			<ul style="list-style-type: none"> • Organisasi Pengetahuan • Mengukur Pengetahuan 		Pengetahuan		
7.	Mahasiswa memahami tentang Pemikiran Mutakhir Mengenai Berita Publik	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Pemikiran Mutakhir Mengenai Berita Publik	<ul style="list-style-type: none"> • Komponen Sikap • Sifat-sifat Sikap • Penggunaan <i>Multitribute Attitude</i> • Model Untuk Memahami Sikap Konsumen • Pentingnya <i>Feeling</i> dalam Memahami Sikap Konsumen • Dinamika Proses Motivasi • Kegunaan dan Stabilitas Pola Motivasi • Memahami Kebutuhan Konsumen 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Pemikiran Mutakhir Mengenai Berita Publik	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	
8.	UTS					Ujian Tertulis	
9.	Mahasiswa memahami tentang Kepribadian, Nilai, Sikap, Perilaku serta Gaya Hidup	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar Penerapan Kepribadian, Nilai, Gaya Hidup Terhadap Sikap dan Perilaku	<ul style="list-style-type: none"> • Kepribadian • Nilai-nilai Individu • Konsep Gaya Hidup dan Pengukurannya • Pengukuran Ganda Perilaku Individu • Dari Bujukan Hingga Komunikasi • Teknik Modifikasi Perilaku 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar Penerapan Kepribadian, Nilai, Gaya Hidup Terhadap Sikap dan Perilaku	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	



10.	Mahasiswa memahami tentang Pengaruh Kebudayaan Terhadap Pembelian Konsumen	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar Sistem Operasional Pengaruh Kebudayaan Terhadap Pembelian Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian Kebudayaan • Dimanakah Seseorang Menemukan Nilai-nilai Yang Dianutnya • Pengaruh Kebudayaan Terhadap Perilaku Konsumen • Struktur Konsumensi • Dampak Nilai Inti Terhadap Pemasar • Perubahan Nilai • Perubahan Institusi 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar Sistem Operasional Pengaruh Kebudayaan Terhadap Pembelian Konsumen	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	
11.	Mahasiswa memahami tentang Pengaruh Kelas Sosial Dan Status	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar Sistem Operasional Mekanisme Pengaruh Kelas Sosial Dan Status	<ul style="list-style-type: none"> • Jenjang Sosial • Pengertian Jenjang Sosial • Faktor Penentu Kelas Sosial • Apakah Kelas Sosial Berubah • Pemasaran Pada Segmen Pasar Berdasar Kelas Sosial 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar Sistem Operasional Mekanisme Pengaruh Kelas Sosial Dan Status	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	
12.	Mahasiswa memahami tentang Pengaruh Individu, Keluarga dan Rumah Tangga	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Sistem Operasional Mekanisme Pengaruh Individu, Keluarga dan Rumah Tangga	<ul style="list-style-type: none"> • Pengaruh Kelompok Referensi • Pengaruh Kata-kata • Keluarga dan Studi Tentang Perilaku Konsumen • Penentu Keputusan Pembelian Pada Satu Keluarga 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Sistem Operasional Mekanisme Pengaruh Individu, Keluarga dan Rumah Tangga	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	



			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Family Life Cycle</i> (FLC) • Perubahan Struktur Keluarga dan Rumah Tangga • Metode Riset Untuk Mengetahui Pengambil Keputusan Oleh Keluarga 				
13.	Mahasiswa memahami tentang Pengaruh Situasi	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Sistem Operasional Mekanisme Pengaruh Situasi	<ul style="list-style-type: none"> • Tipe-tipe Situasi Konsumen • Interaksi Individu Dengan Situasi • Pengaruh Situasi Takterduga 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Sistem Operasional Mekanisme Pengaruh Situasi	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	
14.	Mahasiswa memahami tentang Konsep Kebutuhan Dalam Islam	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Mekanisme Sistem Operasional Konsep Kebutuhan Dalam Islam	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian Kebutuhan • Konsep Islam Tentang Kebutuhan • <i>Maslahah</i> Versus Utilitas • Konsep Pemilihan Dalam Konsumsi • Pengalokasian Sumber Untuk kebutuhan 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Mekanisme Sistem Operasional Konsep Kebutuhan Dalam Islam	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	
15.	Mahasiswa memahami tentang Teori Konsumsi Islami	Mahasiswa dapat menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Mekanisme Operasional Konsep Teori Konsumsi Islami	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian Konsumsi • Teori Konsumsi Dalam Islam • Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam • Tingkat Kebutuhan 	Diskusi Tanya Jawab, Ceramah	Mahasiswa menjadi mampu menjelaskan dan menyebutkan dengan benar tentang Mekanisme Operasional Konsep Teori Konsumsi	Tugas, Presentasi, Tanya jawab	



			Dalam Islam • Kepuasan Konsumen Muslim Dan Rasionalitas • Fungsi Dan Peningkatan Utilitas <i>Optimal Solution</i>		Islami		
16.	UAS					Ujian Tertulis	

Evaluasi Hasil Belajar

Penilaian mahasiswa akan ditentukan berdasarkan gabungan dari komponen berikut ini:

- | | |
|--------------------------------|-----|
| 1) Ujian Tengah Semester (UTS) | 20% |
| 2). Ujian Akhir Semester (UAS) | 30% |
| 3). Tugas Terstruktur | 20% |
| 4). Presensi atau Kehadiran | 20% |
| 5). Sikap | 10% |

Konversi nilai angka ke nilai huruf, sesuai bobot komponen, adalah sebagai berikut:

Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot	Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot
≥ 90	A	4,00	60,00 – 64,99	C +	2,25
80,00 – 89,99	A -	3,75	55,00 – 59,99	C	2,00
75,00 – 79,99	B +	3,25	50,00 – 54,99	C -	1,75



70,00 – 74,99	B	3,00	45,00 – 49,99	D	1,00
65,00 – 69,99	B -	2,75	< 45	E	0,00

Pasuruan, 10 November 2022

Dosen Pengampu

Lailatul Azizah, S.E., M.E