

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
(RPS)**

**MATA KULIAH
BISNIS ETIK DAN MARKETING ISLAM**



Disusun Oleh:

TIM

PROGRAM STUDI S2 PASCASARJANA

ITB AHMAD DAHLAN JAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Rencana Pembelajaran Semester (RPS) ini telah disahkan untuk mata kuliah sbb:

Kode Mata Kuliah : MKK190206

Nama Mata Kuliah : Bisnis Etik dan Marketing Islam

Jakarta, 2023
Mengetahui
Direktur Pascasarjana
ITB Ahmad Dahlan Jakarta



(Dr. Eng. Syaiful Anwar, S.E., Ak., CA, M.Si)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

DAFTAR ISI

- A. PROFIL MATA KULIAH
- B. KEMAMPUAN AKHIR HARDBILLS DAN SOFTSKILLS MELALUI MATA KULIAH
- C. STRATEGI PERKULIAHAN
- D. EVALUASI PERKULIAHAN
- E. DAFTAR PUSTAKA
- F. PENANGGUNG JAWAB MATA KULIAH

A. PROFIL MATA KULIAH

| | | |
|--------------------|---|---------------------------------|
| Nama Mata Kuliah | : | Bisnis Etik dan Marketing Islam |
| Kode Mata Kuliah | : | MKK190206 |
| SKS | : | 3 sks |
| Jenis | : | Wajib |
| Jam Pelaksanaan | : | Tatap muka di kelas |
| | : | Responsi |
| Semester / Tingkat | : | |

Deskripsi Mata Kuliah

Bisnis Etik dan Marketing Islam adalah pendekatan dalam dunia bisnis yang mendasarkan prinsip-prinsip etika dan nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek bisnis, termasuk dalam strategi pemasaran dan praktik bisnis. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil, berkelanjutan, dan sesuai dengan ajaran Islam.

B. KEMAMPUAN AKHIR HARDSKILLS DAN SOFTSKILLS MELALUI MATA KULIAH

| Kemampuan Hardskills | Kemampuan Softskills |
|--|---|
| 1) Mahasiswa akan memahami prinsip-prinsip etika bisnis, termasuk prinsip-prinsip yang mendasari Bisnis Etik dan Marketing Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan transparansi. | 1) Mahasiswa akan mengembangkan etika kerja yang kuat, termasuk kejujuran, integritas, dan tanggung jawab dalam melakukan tugas bisnis. |
| 2) Mahasiswa akan mempelajari prinsip-prinsip syariah yang berkaitan dengan bisnis, seperti larangan riba dan praktik bisnis yang diperbolehkan dalam Islam. | 2) Melalui presentasi, diskusi kelas, dan tugas, mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan komunikasi mereka dalam menyampaikan ide dan gagasan dengan jelas dan efektif. |
| 3) Mahasiswa akan memahami konsep dan persyaratan produk dan layanan yang halal dalam konteks Islam. | 3) Mata kuliah ini akan mendorong mahasiswa untuk berpikir kritis dalam memecahkan masalah bisnis dan mengambil keputusan berdasarkan nilai-nilai etika. |
| 4) Mahasiswa akan mempelajari prinsip-prinsip pemasaran beretika, termasuk bagaimana menghindari praktik pemasaran yang menipu atau memanipulasi pelanggan. | 4) Mahasiswa akan belajar untuk beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis, termasuk perubahan dalam regulasi dan kebijakan yang berkaitan dengan etika bisnis. |
| 5) Mahasiswa akan belajar tentang praktik CSR dalam bisnis dan bagaimana bisnis dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan. | 5) Mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan manajemen waktu yang baik dalam menyelesaikan tugas-tugas bisnis dan akademik. |
| 6) Mata kuliah ini dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana melakukan analisis pasar, | |

| | |
|--|---|
| <p>mencari peluang, dan mengidentifikasi pesaing dalam konteks bisnis yang etis.</p> <p>7) Mahasiswa akan belajar tentang pengembangan produk dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dan kebutuhan konsumen.</p> | <p>6) Melalui proyek-proyek kelompok dan diskusi, mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan berkolaborasi dan berkomunikasi dalam tim.</p> <p>7) Mahasiswa akan belajar bagaimana mengidentifikasi dan menyelesaikan konflik yang mungkin muncul dalam lingkungan bisnis.</p> <p>8) Mata kuliah ini dapat membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan kepemimpinan dalam konteks bisnis yang etis.</p> <p>9) Melalui kombinasi kemampuan akhir dan keterampilan lunak ini, mahasiswa akan siap untuk menghadapi tantangan dalam dunia bisnis dengan mempertimbangkan nilai-nilai etika dan prinsip-prinsip Islam. Ini juga akan membantu mereka menjadi profesional yang beretika dan berkontribusi positif dalam masyarakat dan lingkungan kerja mereka.</p> |
|--|---|

C. STRATEGI PERKULIAHAN

Perkuliah akan diberikan dalam 16 kali pertemuan, termasuk didalamnya Ujian Tengah Semester (UTS) dan Ujian Akhir Semester (UAS). Kegiatan tatap muka diisi dengan pengkajian teori pada buku/modul/ebook/jurnal dan referensi lainnya yang dianjurkan. Kegiatan mandiri ini wajib dilakukan oleh setiap peserta di luar kegiatan tatap muka. Kegiatan mandiri diisi dengan tugas-tugas pengayaan dan pendalaman. Kehadiran mahasiswa dalam perkuliahan minimal 75% dari jumlah pertemuan yang diselenggarakan.

D. EVALUASI PERKULIAHAN

Keberhasilan dalam mengikuti mata kuliah ini didasarkan atas penilaian terhadap hasil UTS, UAS, dan memenuhi persyaratan kehadiran minimal 75%. Skor akhir akan diolah dengan menggunakan Acuan Patokan dan dikonversi ke dalam nilai A, B, C, D, E.

E. DAFTAR RUJUKAN

1. "Islamic Business Ethics" oleh Rafik Issa Beekun
2. "Islamic Finance and Ethical Investing: Harnessing Market Forces with Social Responsibility" oleh Zamir Iqbal dan Abbas
3. "Islamic Perspectives on Marketing and Consumer Behavior: Planning, Implementation, and Control" oleh A. Coskun Samli
4. "Marketing and Managing Electronic Reserves" oleh Linda S. Katz
5. "Islamic Marketing: Understanding the Socio-Economic, Cultural, and Politico-Legal Environment" oleh Ozlem Sandikci dan Gillian Rice
6. "Marketing Muslimah: Mewujudkan Kejayaan Perniagaan Muslimah" oleh Siti Norwahidah Abdul Rahman dan Nor Azian Abdul Rahman

F. PENANGGUNG JAWAB MATA KULIAH

1. Dosen Pengampu Mata Kuliah
 - a. Dr. IGN Oka Widana, SE, MM
 - b. Dr. Ir. Nur Aini M.Si
 - c. Dr. Erni Juliana. A, SE., M.Ak
2. Direktur Pascasarjana : Dr. Eng. Syaiful Anwar, S.E., Ak., CA, M.Si



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
Program Studi S2 Keuangan Syariah
ITB Ahmad Dahlan Jakarta

| MATA KULIAH | KODE | Rumpun MK | BOBOT (sks) | SEMESTER | Tgl Penyusunan |
|--|--|--|---|----------|--|
| Bisnis Etik dan Marketing Islam | MKK190206 | | 3 | 2 | 06-02-2023 |
| OTORISASI | Dosen Pengembang RPS | | Koordinator Rumpun MK | | Direktur Pascasarjana |
|  (Sutia Budi, SE., M.Si) |  (Dr. IGN Oka Widana, SE, MM) | |  (Dr. IGN Oka Widana, SE, MM) | |  (Dr. Eng. Syaiful Anwar, S.E., Ak., CA, M.Si) |
| Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) | CPL | | | | |
| Catatan : S : Sikap P : Pengetahuan KU : Keterampilan Umum KK : Keterampilan Khusus | S2 | Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika | | | |
| | S6 | Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan | | | |
| | S9 | Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri | | | |
| | S10 | Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan | | | |
| | P1 | Menguasai dan mengembangkan konsep, teori, metode, dan pendekatan keilmuan bidang keuangan syariah melalui pendekatan inter atau multidisipliner. | | | |
| | P2 | Menganalisis, memetakan, dan memecahkan masalah pada industri keuangan syariah secara logis, kritis, inovatif dan kreatif | | | |
| | P3 | Menguasai dan mengembangkan desain riset dalam bidang keuangan syariah melalui pendekatan inter atau multidisipliner. | | | |
| | KU1 | Mampu mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif melalui penelitian ilmiah, penciptaan desain atau karya seni dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan bidang | | | |

| | |
|---------------|--|
| | keahliannya, menyusun konsepsi ilmiah dan hasil kajian berdasarkan kaidah, tata cara, dan etika ilmiah dalam bentuk tesis atau bentuk lain yang setara, dan diunggah dalam laman perguruan tinggi, serta makalah yang telah diterbitkan di jurnal ilmiah terakreditasi atau diterima di jurnal internasional |
| KU2 | Mampu melakukan validasi akademik atau kajian sesuai bidang keahliannya dalam menyelesaikan masalah di masyarakat atau industri yang relevan melalui pengembangan pengetahuan dan keahliannya |
| KU4 | Mampu mengidentifikasi bidang keilmuan yang menjadi objek penelitiannya dan memposisikan ke dalam suatu peta penelitian yang dikembangkan melalui pendekatan interdisiplin atau multidisiplin |
| KU5 | Mampu mengambil keputusan dalam konteks menyelesaikan masalah pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora berdasarkan kajian analisis atau eksperimental terhadap informasi dan data |
| KK1 | Memiliki pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip keuangan Islam, seperti larangan riba (riba), larangan spekulasi berlebihan (gharar), dan larangan investasi dalam industri haram |
| KK3 | Keterampilan dalam mengelola portofolio investasi syariah, termasuk pemilihan saham, obligasi, dan instrumen keuangan lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah, serta diversifikasi risiko. |
| KK5 | Pemahaman tentang prinsip-prinsip etika Islam dan bagaimana menerapkannya dalam praktik keuangan |
| CPMK | |
| CPMK-1 | Mengidentifikasi perilaku bisnis yang tidak etis dan memahami implikasinya dalam konteks Islam. |
| 1.1 | Kemampuan berkomunikasi dengan jelas dan efektif dalam berbicara, menulis, dan mempromosikan produk atau layanan kepada pelanggan dan masyarakat. |
| 1.2 | Memahami konsep produk dan layanan yang halal dalam Islam dan bagaimana untuk memastikan kehalalan produk dan layanan yang ditawarkan. |
| 1.3 | Mempelajari bagaimana pemasaran dalam Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip keadilan, keteladanan, dan kejujuran. |
| CPMK-2 | Kemampuan untuk mengambil keputusan bisnis yang etis, termasuk dalam hal penetapan harga, pengelolaan stok, dan hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis. |
| CPMK-3 | Kemampuan untuk mengelola waktu dengan baik dalam menjalankan tugas-tugas bisnis dan marketing. |
| 3.1 | Kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis dan pasar yang berkembang pesat. |
| 3.2 | Memahami prinsip-prinsip hukum bisnis Islam yang meliputi masalah-masalah seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). |
| CPMK-4 | Kemampuan untuk memimpin tim dan proyek bisnis dengan visi, etika, dan efisiensi.. |
| CPMK-5 | Memahami konsep Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Islam dan pentingnya kontribusi bisnis terhadap masyarakat dan lingkungan. |
| CPMK-6 | Menganalisis situasi bisnis dengan berpikir kritis dan mempertimbangkan implikasi etis dari keputusan bisnis. |

| | | |
|----------------|--------------------|--|
| | CPMK-7 | Beradaptasi dengan perubahan dalam industri dan masyarakat yang mempengaruhi praktik bisnis dan nilai-nilai Islam. |
| | CPMK-8 | Membangun hubungan bisnis yang positif dan berkelanjutan dengan pelanggan yang menghargai nilai-nilai Islam dalam produk dan layanan.. |
| | 8.1 | Berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan yang memiliki sensitivitas terhadap etika dan nilai-nilai Islam.. |
| | 8.2 | Kemampuan untuk melakukan penelitian akademis dalam berbagai aspek Islam Kemuhammadiyah, termasuk studi tafsir, hadis, sejarah Muhammadiyah, dan masalah-masalah sosial-keagamaan. |
| | CPMK-9 | Kemampuan untuk mengelola waktu dengan baik dalam menjalankan tugas-tugas agama dan kehidupan sehari-hari serta dalam memimpin dan mengelola organisasi. |
| Pustaka | Utama : | <ol style="list-style-type: none"> 1. "Islamic Marketing: Understanding the Socio-Economic, Cultural, and Politico-Legal Environment" oleh Ozlem Sandikci dan Gillian Rice. 2. "Islamic Business Ethics" oleh Rafik Issa Beekun. 3. "Marketing and Islamic Ethics: An Exploratory Study of Marketing Practices in Saudi Arabia" oleh Zafar U. Ahmed dan Abdel-Badeeh M. Salem. 4. "Islamic Marketing: A Guide for Building a Sustainable Brand" oleh Paul Temporal. 5. "Business Ethics in Islam" oleh Rafik Issa Beekun 6. "Islamic Marketing: Understanding the Socio-Economic, Cultural, and Politico-Legal Environment" oleh Ozlem Sandikci dan Gillian Rice |
| | Pendukung : | <p>"Islamic Finance and Marketing: Theory and Practice" oleh Hooman Estelami.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. "Halal Marketing: Concept and Implication" oleh Wasim Ahmad. 2. "Islamic Business and Marketing: Theory and Practice" oleh M. M. Zainuddin, Siti Rohaida Mohamed Zainal, dan Muhammad Maruf. 3. "Islamic Branding and Marketing: Creating a Global Islamic Business" oleh Paul Temporal. 4. "Islamic Marketing Plan Framework: A Guide to Conducting Marketing Audit in Islamic Perspective" oleh Hooman K. Estelami. 5. "Islamic Business Contracts: Principles and Forms" oleh Mahmoud A. El-Gamal. 6. "Islamic Marketing: Understanding the Socio-Economic, Cultural, and Politico-Legal Environment" oleh Ozlem Sandikci dan Gillian Rice. |

| | | |
|---------------------------|--|--|
| | <p>7. Arief Safari, The Effect of Brand Equity and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Customer Satisfaction and Loyalty in E-commerce Marketplace</p> <p>8. I Gusti Ngurah Oka Widana, Pengaruh consumer knowledge, brand image, religiusitas, dan lokasi terhadap keputusan menjadi nasabah pada Bank Syariah</p> <p>9. I Gusti Ngurah Oka Widana, Menjelajahi dampak etika bisnis islam dan orientasi pemasaran hubungan pada kinerja bisnis: Pengalaman perbankan Syariah</p> <p>10. I Gusti Ngurah Oka Widana, The role of business ethics in the relationship between market orientation and business performance</p> <p>11. Muhkaer Pakkana, Analisis Komparasi Pengaruh Model Aida Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Cicilan Emas Pada Dua Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri</p> <p>12. Pitri Yandri, Pengaruh Pembayaran Digital Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Waralaba Minuman (Studi Kasus Konsumen Haus di Cabang Binus)</p> <p>13. Pitri Yandri, Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Arang Tempurung Kelapa (Studi Kasus pada Industri Rumah Tangga Bapak Abdul Razak di Cimanggis, Ciputat, Tangerang Selatan)</p> <p>14. Jafri Khalil, Strategi Perbankan Syariah Dalam Optimalisasi Pembiayaan Berbasis Bagi Hasil (Studi Kasus Pt Bprs Al Salaam Amal Salman)</p> | |
| Media Pembelajaran | Perangkat lunak : | |
| | Zoom, GMeet, Power Point, dll | |
| Media Pembelajaran | Perangkat keras : | |
| | Infocus, Laptop | |
| Team Teaching | <p>1. Dr. IGN Oka Widana, SE, MM</p> <p>2. Dr. Ir. Nur Aini M.Si</p> <p>3. Dr. Erni Juliana. A, SE., M.Ak</p> | |
| Assessment | - | |

| Pert - Ke | CPMK | Sub-CP-MK | Bahan Kajian (Materi Pembelajaran) | Metode Pembelajaran | Waktu | Penilaian | Bobot |
|--------------|-------------|---|--|--|-------|---|-------|
| (1) | | (2) | (3) | (7) | | | |
| 1 | CPMK - 1 | Pemahaman Etika Bisnis dalam Islam | <ul style="list-style-type: none"> Memahami prinsip-prinsip dasar etika dalam Islam, seperti kejujuran, amanah, dan keadilan dalam konteks bisnis. Studi tentang hadis dan ajaran Islam yang mengatur perilaku etis dalam bisnis. Menganalisis contoh-contoh dari sejarah Islam yang menunjukkan praktik bisnis etis. | Metode : <ul style="list-style-type: none"> Sudi kasus Metode lainnya Teknik : <ul style="list-style-type: none"> Offline Media : <ul style="list-style-type: none"> PPT Video etc | 150 | Teknik : <ul style="list-style-type: none"> Observasi Partisipasi Unjuk kerja Instrumen : <ul style="list-style-type: none"> Rubrik | 5 |
| 2 | CPMK -1 | Konsep Halal dan Haram dalam Bisnis Islam | <ul style="list-style-type: none"> Pengertian halal dan haram: Definisi dan konsep dasar tentang makanan, produk, dan praktik bisnis halal dan haram dalam Islam. Hukum-hukum yang berkaitan: Memahami hukum-hukum syariah yang mengatur makanan dan produk halal serta haram. Sertifikasi halal: Proses sertifikasi dan pengawasan produk halal. | Metode : <ul style="list-style-type: none"> Sudi kasus Metode lainnya Teknik : <ul style="list-style-type: none"> Offline Media : <ul style="list-style-type: none"> PPT Video etc | 150 | Teknik : <ul style="list-style-type: none"> Observasi Partisipasi Unjuk kerja Instrumen : <ul style="list-style-type: none"> Rubrik | 10 |

| | | | | | | | |
|-----|-------------|--|--|---|-----|---|---|
| 3 | CPMK - 1 | Pemasaran Berdasarkan Nilai-Nilai Islam | <ul style="list-style-type: none"> Mempelajari bagaimana merancang kampanye pemasaran yang berlandaskan etika dan nilai-nilai Islam. Penggunaan bahasa dan pesan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam iklan dan promosi. Menganalisis studi kasus dari perusahaan yang sukses dalam mengimplementasikan pemasaran beretika Islam. | <p>Metode :</p> <ul style="list-style-type: none"> Sudi kasus Metode lainnya <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> Offline <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> PPT Video etc | 150 | <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> Observasi Partisipasi Unjuk kerja <p>Instrumen :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rubrik | 5 |
| 4-5 | CPMK - 2 | Pengelolaan Keuangan Syariah dalam Bisnis | <ul style="list-style-type: none"> Memahami prinsip-prinsip dasar keuangan syariah dalam bisnis, termasuk pembiayaan syariah, zakat, dan wakaf. Pengelolaan keuangan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan Islam. Studi kasus tentang bagaimana bisnis dapat merencanakan dan mengelola keuangan mereka sesuai syariah. | <p>Metode :</p> <ul style="list-style-type: none"> Sudi kasus Metode lainnya <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> Offline <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> PPT Video etc | 150 | <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> Observasi Partisipasi Unjuk kerja <p>Instrumen :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rubrik | 5 |
| 6 | CPMK - 3 | Pemahaman Konsep Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Islam | <ul style="list-style-type: none"> Memahami konsep tanggung jawab sosial perusahaan dalam Islam, termasuk zakat, sedekah, dan wakaf. Studi kasus tentang bagaimana perusahaan dapat berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sesuai dengan nilai-nilai islam | <p>Metode :</p> <ul style="list-style-type: none"> Sudi kasus Metode lainnya <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> Offline <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> PPT Video etc | 150 | <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> Observasi Partisipasi Unjuk kerja <p>Instrumen :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rubrik | 5 |

| | | | | | | | |
|--------------------------------|-------------|---|---|---|-----|---|----|
| 7 | CPMK - 3 | Keterampilan Berpikir Kritis dalam Bisnis Etik Islam | <ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan untuk menganalisis dan menilai situasi bisnis dengan berpikir kritis dan mempertimbangkan implikasi etisnya. • Studi kasus tentang dampak dari praktik bisnis yang tidak etis dalam konteks nilai-nilai Islam. • Bagaimana mengambil keputusan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika Islam. | <p>Metode :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sudi kasus • Metode lainnya <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offline <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> • PPT • Video <p>etc</p> | 150 | <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Partisipasi • Unjuk kerja <p>Instrumen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rubrik | 10 |
| 8 UJIAN TENGAH SEMESTER | | | | | | | |
| 9 | CMPK - 4 | Keterampilan Beradaptasi dengan Perubahan Sosial dan Budaya | <ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan untuk mengidentifikasi dan merespons perubahan dalam masyarakat dan budaya yang memengaruhi praktik bisnis dan nilai-nilai Islam. • Pengembangan strategi bisnis yang relevan dan sesuai dengan perubahan sosial dan budaya. | <p>Metode :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sudi kasus • Metode lainnya <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offline <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> • PPT • Video <p>etc</p> | 150 | <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Partisipasi • Unjuk kerja <p>Instrumen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rubrik | 10 |
| 10 | CPMK - 5 | Pengelolaan Keuangan Syariah dalam Bisnis | <ul style="list-style-type: none"> • Prinsip-prinsip keuangan syariah dalam bisnis. • Perencanaan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. • Mengelola keuangan bisnis dengan transparansi dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. | <p>Metode :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sudi kasus • Metode lainnya <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offline <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> • PPT • Video <p>etc</p> | 150 | <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Partisipasi • Unjuk kerja <p>Instrumen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rubrik | 10 |

| | | | | | | | |
|----|------------|--|--|---|-----|---|---|
| 11 | CPMK -6 | Keterampilan Kepemimpinan dalam Bisnis Etika Islam | <ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan memimpin tim bisnis dengan adil dan etis. • Motivasi tim untuk mencapai tujuan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. • Pengembangan keterampilan kepemimpinan yang berlandaskan etika Islam. | <p>Metode :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sudi kasus • Metode lainnya <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offline <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> • PPT • Video <p>etc</p> | 150 | <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Partisipasi • Unjuk kerja <p>Instrumen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rubrik | 5 |
| 12 | CPMK -7 | Studi Kasus dan Diskusi Etika Bisnis dan Pemasaran | <ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis studi kasus bisnis yang melibatkan masalah etika dalam Islam. • Diskusi tentang keputusan bisnis yang sesuai dengan etika Islam. • Presentasi proyek-proyek yang melibatkan strategi pemasaran berdasarkan nilai-nilai Islam. | <p>Metode :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sudi kasus • Metode lainnya <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offline <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> • PPT • Video <p>etc</p> | 150 | <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Partisipasi • Unjuk kerja <p>Instrumen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rubrik | 5 |
| 13 | CPMK -8 | Kemampuan Berkomunikasi dengan Pelanggan yang Menghargai Etika dan Nilai-nilai Islam | <ul style="list-style-type: none"> • Memahami pentingnya komunikasi yang efektif dalam membangun hubungan dengan pelanggan yang menghargai etika dan nilai-nilai Islam. • Menjelaskan bagaimana nilai-nilai Islam seperti kejujuran, kesopanan, dan keramahan memengaruhi komunikasi bisnis. | <p>Metode :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sudi kasus • Metode lainnya <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offline <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> • PPT • Video <p>etc</p> | 150 | <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Partisipasi • Unjuk kerja <p>Instrumen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rubrik | 5 |

| | | | | | | | |
|----|-----------------------------|--|--|---|-----|---|----|
| 14 | CPMK - 8 | Memahami prinsip-prinsip pemasaran dalam Islam. Mengenali nilai-nilai etika dalam bisnis Islam. Memahami prinsip-prinsip periklanan syariah. Mengidentifikasi contoh bisnis yang beretika dalam konteks Islam. | <ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan kepada konsep pemasaran dalam Islam. • Nilai-nilai dan etika yang harus diterapkan dalam bisnis Islam • Prinsip-prinsip periklanan syariah dan etika yang relevan. • Kasus-kasus bisnis yang berhasil mengimplementasikan prinsip-prinsip etika Islam dalam praktek bisnis mereka. | <p>Metode :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sudi kasus • Metode lainnya <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offline <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> • PPT • Video <p>etc</p> | 150 | <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Partisipasi • Unjuk kerja <p>Instrumen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rubrik | 15 |
| 15 | CPMK - 9 | Memahami konsep pemasaran merek dalam Islam. Mengidentifikasi strategi pemasaran berbasis nilai-nilai Islam. Menguasai pengelolaan merek dalam konteks bisnis Islam. Memahami tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam Islam. | <ul style="list-style-type: none"> • Konsep pemasaran merek dalam Islam. • Pemasaran berbasis nilai-nilai Islam: bagaimana mencapai pasar yang berorientasi nilai-nilai Islam • Peran merek dalam memengaruhi keputusan konsumen dalam konteks bisnis Islam. • Studi kasus tentang perusahaan-perusahaan yang berkomitmen pada CSR berbasis Islam. | <p>Metode :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengerjakan soal-soal mengenai materi 9 sampai 15 <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offline <p>Media :</p> <ul style="list-style-type: none"> • PPT <p>etc</p> | 150 | <p>Teknik :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observasi • Partisipasi • Unjuk kerja <p>Instrumen :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rubrik | 10 |
| 16 | UJIAN AKHIR SEMESTER | | | | | | |

